CELE MAI IMPORTANTE 20 DE SECUNDE

COMPETENȚA ÎN COMUNICAREA NONVERBALĂ

LOREDANA IVAN

CELE MAI IMPORTANTE 20 DE SECUNDE
COMPETENȚA ÎN COMUNICAREA NONVERBALĂ

t...
TRITONIC

LOREDANA IVAN

COMPETENȚA ÎN COMUNICAREA NONVERBALĂ

TRITONIC Grup Editorial
Str. Coacăzelor nr. 5, Bucureşti
e-mail: editura@tritonic.ro
tel./fax.: +40 21 242 73 77

www.tritonic.ro
www.tritonic.ro/blog

Colecția: COMUNICARE MEDIA

ISBN: 978-973-733-345-2

Fotografiile din această carte sunt din arhiva autorului
Coperta: ALEXANDRA BARDAN
Redactor: ALEX NICHIFOR
Tehnoredactor: IONUȚ TUDORACHE
Bun de tipar: APRILIE 2009
Tipărit în România

CUPRINS

INTRODUCERE

Comunicarea nonverbală este o disciplină nouă în spațiul academic românesc, suscitând interesul deopotrivă al profesorilor, studenților şi al nespecialiştilor. Ideea că indivizii pot utiliza elementele nonverbale pentru a identifica adevăratele trăiri emoționale, intențiile celuilalt sau pentru a-l influența să se comporte într-un anumit fel aprinde imaginația publicurilor „comunicării nonverbale" şi face din aceasta un concept aproape conspirativ. Şi nu de puține ori, am asistat la invocarea „inteligenței emoționale" ca factor hotărâtor în viața noastră a tuturor, fără a se specifica însă care este înțelesul acestui termen.

Curiozitatea m-a împins să cumpăr lucrarea lui Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, la puțin timp după apariția ei în 1995 şi am descoperit o lucrare veritabilă de comunicare nonverbală, care tratează termenii de „competență socială" şi „comunicare nonverbală", utilizând o etichetă destul de convingătoare. Cine dintre noi nu ar vrea să fie considerat inteligent? Şi dacă despre inteligența cognitivă ne pronunțăm mai cu rezerve, despre cea emoțională avem toată libertatea să o facem.

Propun în această lucrare termenul de „competență în comunicarea nonverbală" sau „competență nonverbală", definit ca „abilitatea indivizilor de a codifica şi respectiv decodifica mesajelele nonverbale în funcție de contextul social, de a estima şi prezice emoțiile, atitudinile, comportamentul celorlalți, în funcție de comportamentele nonverbale ale acestora, de a folosi eficient elemente nonverbale pentru o obține rezultatele dorite în interacțiunile cotidiene" şi susțin faptul că diferitele competențe ale individului: sociale, emoționale sunt parte ale influenței contextului asupra oricărui act de comunicare, inclusiv nonverbală.

contextului social constituie un demers în vederea construirii unor teorii care să poată fi generalizate dincolo de situația particulară analizată.

În aceste condiții, pentru a răspunde provocărilor anterior formulate, lucrarea de față prezintă principalele modele ale comunicării din perspectiva comunicării nonverbale (Capitolul 1). Am evidențiat distincția dintre modelele liniare şi cele circulare ale comunicării, în ce condiții putem utiliza asemenea modele în domeniul comunicării nonverbale şi ce rol are contextul social în funcționarea lor, oprindu-mă, în special, asupra modelelor propuse de Roman Jakobson (1960) şi David K. Berlo (1960), aceasta din urmă accenuând rolul relației dintre sursă şi receptor şi, mai ales, rolul competențelor comunicaționale ale acestora. De asemenea, am prezentat ceea ce am considerat a fi marile paradigme explicative ale comportamentului nonverbal, în încercarea de a teoretiza un domeniul care nu a fost ocolit de demersuri speculative: paradigma structuralistă, sociologică, etologică şi psihosociologică (Capitolul 2) menționând că lucrarea de față, deşi apropiată perspectivei psihosociologice, este mai degrabă tributară paradigmei etologice-ecologice pe care o propune ca model prin argumentarea rolului primelor „20 de secunde“ în ultimle două capitole.

Volumul analizează termenul de „competență în comunicarea nonverbală“, în relație cu termeni concurenți şi descrie un instrument standardizat de măsurare a abilității indivizilor de a decodifica elementele nonverbale, folosit la nivel internațional: testul PONS. Am sugerat modalități de îmbunătățire a acestui test şi posibilitatea construirii unui test similar în spațiul românesc, folosind tehnologii moderne (Capitolul 3).

Prin Capitolul 4, lucrarea se apropie de dezideratul exprimat: formularea unor teorii coerente care să sprijine cercetarea în domeniul comunicării nonverbale. Prezint astfel paradigma „feliilor subțiri“ (*thin slices*), inițiată de cercetătoarea americană de la Universitatea Harvard, Nalini Ambady şi rezultate semnificative ale studiilor care au urmat acestă linie de cercetare. Personal, consider că acestă paradigmă, pe care am intitulat-o sugestiv aici „paradigma celor 20 de secunde“ şi-a

Ajunşi în acest punct, iată-ne confruntaţi cu un alt termen nu atât de afectogen cum este cel al comunicării nonverbale, dar atât de comun şi de des utilizat încât aproape nimeni nu se mai oboseşte să-l definească: „contextul social". Este un termen foarte general, am putea spune că orice intră aici: norme, valori, relaţii, aşteptări etc. Studiile cu titlul „rolul contextului social în..." sau „impactul contextului social asupra..." nu pot greşi pentru orice relaţie ar pune în evidenţă, ea poate fi interpretată şi prin prisma contextului. Însă, cum se spune, „cine îmbrăţişează prea larg nu strânge bine", de aceea am restrâns sfera termenului „context social" la „mediu" înţeles ca mediu (fizic şi social) şi „structură socială" (norme, reguli şi relaţii sociale), cu accent pe interacţiunile reale sau imaginare dintre actorii sociali şi pe competenţele comunicaţionale ale acestora.

Precizez de la început că în redactarea lucrării m-am confruntat cu două dificultăţi: un domeniu, al comunicării nonverbale, vast, extrem de productiv în ultimii ani, dar insuficient teoretizat şi un concept, cel de „context social" a cărei definiţie este presupusă implicită şi orice restrângere sferei sale necesită o argumentare teoretică solidă.

Şi totuşi, de ce o nouă lucrare în domeniul comunicării nonverbale? Ce are aceasta diferit de manualul la care am colaborat cu profesorii Septimiu Chelcea şi Adina Chelcea, *Comunicarea nonverbală: gesturile şi postura* şi care a cunoscut două ediţii de succes? Trebuie să recunosc că provocările unui asemenea volum au venit când am descoperit o acumulare „masivă" de date în domeniul comunicării nonverbale cărora le lipseşte ceva: un numitor comun, un ansamblu de paradigme care să orienteze pe mai departe cercetarea şi să ghideze selecţia variabilelor explicative.

Este firesc pentru o arie de cercetare nouă să reunească cunoştinţe din discipline apropiate, pentru a produce micro-teorii şi, ulterior, teorii cu nivel ridicat de generalitate, însă promovarea empirismului pentru o perioadă îndelungată poate menţine comunicarea nonverbală la stadiul de domeniu insuficient dezvoltat paradigmtic. Apelul la elemente ale

ştiinţific), cercetătorului de la Universitatea Groningen, Detlef Fetchenhauer, care a coordonat experimentul realizat de mine în Olanda şi prezentat în Capitolul 5, profesorului Wieger Bakker, de la Universitatea Utrecht, pentru prietenia cu care a răspuns întotdeauna solicitărilor mele privind procurarea unor materiale şi depăşirea unor situaţii de impas şi colegilor şi bunilor mei prieteni Gabriel Jderu, Andreea Bobb, Valeriu Frunzaru, Alexandru Cârlan şi Adrian Duşa, pentru răbdarea în lungile discuţii despre această lucrare şi pentru sugestiile utile, fără de care unele dintre ideile prezentate ar fi fost mai sărace. Nu în ultimul rând, mulţumesc familiei care m-a susţinut afectiv şi m-a încurajat în toate iniţiativele mele.

Trebuie să menţionez sprijinul acordat atât de Facultatea de Comunicare şi Relaţii Publice, SNSPA cât şi de Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială, Universitatea din Bucureşti, care au acceptat predarea unui curs cu titlul „Comunicare nonverbală", curs ce a permis tipărirea lucrării: S. Chelcea, L. Ivan şi A. Chelcea. [2005](2008). *Comunicarea nonverbală: gesturile şi postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns.*

Unele dintre exemplele expuse în prezenta lucrare au rezultat în urma discuţiilor cu studenţii, în situaţiile de curs şi seminar. Dacă ei au îndrăgit comunicarea nonverbală, acest lucru m-a obligat şi mă obligă să continui să scriu cu responsabilitate despre acest domeniu.

dovedit validitatea în contexte diferite şi este o primă încercare coerentă de teoretizare, cu impact direct asupra temelor de cercetare actuale din domeniul comunicării nonverbale. O privire sumară asupra principalului jurnal internaţional care publică studii din domeniul comunicării nonverbale, *Journal of Nonverbal Behavior*, arată că mulţi cercetători au îmbrăţişat această nouă paradigmă experimentală. De altfel, în ultimul capitol am utilizat eu însămi paradigma *thin slices* pentru a evidenţia capacitatea subiecţilor de a estima comportamentul prosocial al celorlalţi, în situaţii de expunere limitată. De aici şi titlul lucrării: *Cele mai importante 20 de secunde.*

Capitolul 5 lămureşte cum poate fi aplicată paradigma „feliilor subţiri" şi ce rol au aspectele situaţionale în structurarea interacţiunilor individuale.

A răspuns lucrarea provocărilor menţionate anterior? Putem considera că elementele de noutate: descrierea şi aplicarea unui test de măsurare a competenţei în comunicarea nonverbală (inclusiv introducerea acestui concept), afirmarea paradigmei *thin slices*, folosirea teoriei jocurilor în crearea situaţiilor experimentale din ultimul capitol, discutarea rolului stimulării financiare în conducerea şi proiectarea cercetărilor experimentale sunt argumente suficiente pentru a susţine că lucrarea a reuşit să contureze graniţele unui domeniu destul de „lunecos". Pentru a vă convinge de aceasta, îndemn pe cei interesaţi de domeniul comunicării nonverbale să procedeze la un simpu *search* pe cel mai cunoscut motor de căutare: www.google.com. Vor fi surprinşi de multitudinea de articole, site-uri, teste, asociaţii care arată un interes în creştere pentru această latură a interacţiunilor umane, dar fac drumul spre „esenţă" mult mai anevoios decât ne imaginam.

Nu vreau să închei pledoaria pentru lucrarea de faţă fără a mulţumi celor care, într-un fel sau altul, m-au ajutat să o realizez: profesorului Septimiu Chelcea pentru îndrumarea continuă pe parcursul acestor ani de frământări şi pentru că mi-a oferit şansa de a intra în „lumea bună" a psihologiei sociale (lumea celor care au un crez academic şi un mentor

Capitolul 1

REINTERPRETAREA MODELELOR COMUNICĂRII DIN PERSPECTIVA COMUNICĂRII NONVERBALE

În general, putem considera că există „comunicare“ ori de câte ori o entitate socială poate afecta o alta, şi poate modifica reacţiile acesteia prin transmiterea de informaţii şi nu printr-o acţiune directă (A. Gilles şi A. Guittet, 1997). Fenomenul comunicării poate fi regăsit atât în lumea animală, cât şi umană şi este un fenomen direct observabil, care îmbracă forme şi manifestări complexe.

Fiind un concept destul de larg, „comunicarea este una din activităţile umane pe care toată lumea o poate recunoaşte, dar puţini o pot defini în mod corespunzător“ (J. Fiske, 1990, 45). Fie că acceptăm o definiţie a comunicării de tipul celei oferite de W. Gerbner (1969) – interacţiune socială prin intermediul mesajelor – sau de tipul celei propuse de Colin Cerry (1971/1978) – unităţi sociale care utilizează în comun limba sau un sistem de semne – punctul comun constă în faptul că ne raportăm la comunicare ca la un „act social“ şi la un proces de „împărtăşire“ a unor semnificaţii comune.

> A comunica înseamnă a pune sau a avea ceva în comun, fără a prestabili acest „ceva“ şi nici căile care servesc transmiterii sau termenii (indivizi, grupuri, obiecte) care intervin în această împărtăşire[...]. Se poate spune că fiecare domeniu al cunoaşterii are propria definiţie a comunicării, specifică pentru câmpul pe care îl acoperă. Vom putea astfel concepe comunicarea ca un „contact“, ca o „energie“, ca „informaţie“ sau ca o „memorie“ (L. Sfez, 1988/2002, 38).

După cum se exprimă Lucien Sfez (1988/2002), domenii diferite ale ştiinţelor sociale au demersuri diferite în înţelegea

Deşi modelul a fost criticat pentru că nu ia în considerare *feed-back*-ul, ca element important comunicării, H.D. Lasswell a accentuat rolul contextului pentru a înțelege eficiența actului comunicațional (A. Beck, 2001).

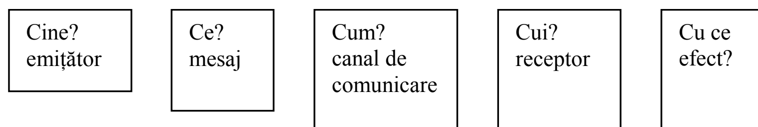


Fig. 1.1. Schema comunicării, H.D. Lasswell, 1948 (după D. McQuail şi S. Windahl, 1982/2001, 18)

Considerând modelul propus de H.D. Lasswell ca prea simplist, R. Braddock (1958) adaugă două elemente: (1) contextul în care este transmis mesajul şi scopul emițătorului, când transmite ceva (*apud* D. McQuail şi S. Windahl, 1982/2001, 20). Traian Herseni (1975) a propus, de asemenea, o îmbunătățire a schemei inițiale prin adăugarea întrebărilor „pentru cine?“ şi „în numele cui?“ (*apud* S. Chelcea, 2001, 539).

Ce rol au diferitele componente ale schemei lui H.D. Lasswell în procesul comunicării? Mesajul este conținutul comunicării, un ansamblu de semne perceptibile menite să stimuleze receptorul. Psihologul american B.F. Skinner (1947) arăta că avem de a face cu două tipuri de mesaje: mesaje de tip solicitare, care se adresează celuilalt, şi mesaje de tip designare, care se raportează la mediu şi la obiectele şi evenimentele asociate. Denis McQuail (1984/1999, 31) delimitează conceptul de „mesaj“ de cel de „informație“ subliniind că, în cazul mesajului „transmițătorul consideră că indică un referent“ şi „ ceea ce constituie mesaj pentru o persoană poate fi zgomot pentru alta“, date fiind posibilele discrepanțe dintre informația pe care emițătorul vrea să o transmită şi ceea ce înțelege receptorul.

şi definirea comunicării. Lingviştii susţin că important este limbajul, singurul care ne leagă şi ne diferenţiază de celelalte specii, biologii şi etologii se opresc la comunicarea genetică, singura care leagă omul de celelalte specii; sociologii au în vedere comunicarea normelor şi valorilor care fac legătura unei generaţii cu cealaltă şi permit înţelegerea structurii şi evoluţiei societăţii umane.

Putem grupa punctele de vedere asupra comunicării în abordări care tratează comunicarea ca proces şi abordări care tratează comunicarea ca act, ca izvor de semnificaţii. Este vorba de „şcoala proces a comunicării“ şi „şcoala semiotică a comunicării“[1] (A. Beck, 2001).

Modele ale comunicării

Cel mai cunoscut model de analiză a comunicării şi poate unul dintre cele mai simple, „schema lui Lasswell“ presupune o interacţiune dintre emiţător şi receptor, mediată de caracteristicile mesajului şi ale canalului de comunicare: *cine? ce? cum? cui?* şi *cu ce efect?* transmite. Se acceptă astfel că în orice act comunicaţional există un emiţător, un receptor, un mesaj, un canal de comunicare şi un efect asociat comunicării. Harold D. Lasswell a fost criticat pentru că a atribuit o intenţionalitate implicită emiţătorului şi a considerat că există întotdeauna efecte ale comunicării, înţelegând prin efecte, modificări observabile ale comportamentului receptorului în direcţia mesajului transmis. Această abordare, aplicabilă mai ales comunicării interpersonale, este una de tip stimul răspuns (S-R) şi presupune că orice modificare la nivelul mesajului transmis trebuie să genereze modificări la nivelul receptorului. De fapt, prin această schemă simplă, Harold D. Lasswell – preocupat în perioada interbelică de analiza propagandei politice – a apropiat înţelesul termenului „comunicare“ de acela al „persuasiunii“ (D. McQuail şi S. Windahl, 1982/2001, 18).

1 Pentru „şcoala semiotică a comunicării“ vezi şi Daniela Rovenţa-Frumuşani (1999).

> – Anna e fan Simple Minds, mărturiseşte el […]
> Nici nu ştiu cum să spun. În lumea noastră, asta e ceva cumplit. Nu putem să-i suferim pe *Simple Minds*. Au ieşit pe primul loc într-un *top five* al trupelor sau artiştilor care trebuie împuşcaţi atunci când o să vină Revoluţia Muzicală.

Ce şanse are Anna să se integreze în grupul lui Dick şi Rob? Probabil cam aceleaşi cu ale unui ascultător de manele de a intra într-un grup de ascultători rock, dacă bineînţeles nu-şi ajustează reciproc codurile.

Tatiana Slama-Cazacu (1959), specialist recunoscut pe plan internaţional în domeniul psiholingvisticii, leagă codul de constanţa în actul comunicării, în timp ce variabilitatea este dată de context. În opinia sa, cuvintele au un nucleu semnificativ de bază, dincolo de care există nuanţe semnificative în funcţie de context, adică de experienţa personală a celor care decodifică, cunoştinţele şi aşteptările acestora, relaţiiile dintre cuvinte etc. Personal, consider că putem susţine această idee şi în domeniul comunicării nonverbale, mai ales pentru elementele nonverbale care au semnificaţie *per se*, în absenţa mesajului verbal.

În transmiterea oricărui mesaj apar bruiaje, fenomene care limitează transmiterea optimă a informaţiei şi care fac procesul decodificării dificil. Ele sunt asociate limitelor canalelor de comunicare sau intrinseci proceselor de codificare şi decodificare. Claude F. Shannon şi colegul său Warren Weaver (1949) au utilizat schema iniţială propusă de H.D. Lasswell, introducând termenul de „bruiaj“, care poate crea diferenţa între semnalul transmis şi cel recepţionat. C.F. Shannon, fost angajat al companiei americane de telefonie *Bell Telephone*, în anii ‘40, a dezvoltat un model matematic al comunicării, prin analogie cu domeniul telecomunicaţiilor, fiind preocupat, în special, de a elimina sursele de perturbare ale procesului comunicării (A. Beck, 2001).

În ceea ce priveşte canalul de comunicare, acesta asigură circulaţia mesajului. Sunt acele mijloace fizice care stimulează receptorul: mijloace sonore, vizuale şi care pot optimiza sau limita trasmiterea mesajului. Claude F. Shannon (1949), unul dintre iniţiatorii paradigmei procesuale a comunicării, formulează termenul de „cod" al comunicării şi de proces de „codificare", respectiv de „decodificare". Codificarea presupune transformarea informaţiei într-un ansamblu de semne descifrabile, în funcţie de canalul utilizat. Pentru a decodifica receptorul trebuie să identifice semnele respective şi să cunoască regulile de asociere a lor. Numai dacă există un cod comun receptorului şi emitătorului şi dacă regulile de decodificare sunt cunoscute, informaţia va fi transmisă. Cel mai adesea, nu suntem conştienţi de utilizarea codurilor, dar, când ne confruntăm cu un grup social care foloseşte jargonul, le conştientizăm importanţa. O întâlnire pentru cină cu un grup de cunoscători în domeniul calculatoarelor se poate transforma într-un coşmar, dacă nu suntem cunoscători ai domeniului. Termeni ca: "Backup", „ATM", „ASCII", „Clip Art", „Gif" sau „Gateway" îţi pot strica rapid seara.

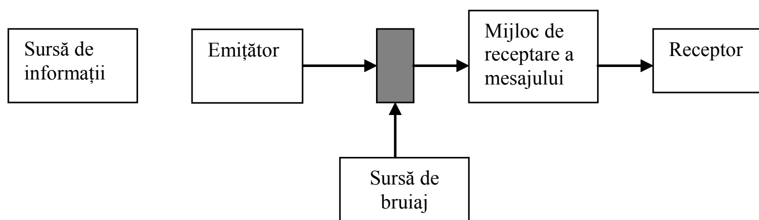
Folosirea codurilor este şi o modalitate de detaşare a unor grupuri sociale în relaţie cu altele, de construire a unei identităţi de grup, a unei parole de acces în mijlocul grupului, fără de care noii membri se simt excluşi. Ce se întâmplă în interacţiunile umane când pătrundem într-o lume a împătimiţilor muzicii, a ilustrat Nick Hornby în romanul *High Fidelity* (1997/2005, 156).

> – Rick Thompson, îi explică Annei. E dintr-un cântec de pe un album al lui Richard Thompson, „I Want to See the Bright Lights Tonight", nu Rob?
>
> – Richard Thompson, repetă Anna, pe un ton care sugerează că în ultimele zile a trebuit să acumuleze rapid foarte multă informaţie. Ăsta cine mai era? Dick a încercat să mă educe.
>
> – Încă nu am ajuns la el, spune Dick. În orice caz cântă folk/rock şi e cel mai bun chitarist englez. Am dreptate, Rob?
>
> – Aşa e, Dick, îl liniştesc eu. Dick dă din cap cu uşurare şi satisfacţie.

întotdeauna există un punct de început şi unul de sfârşit, un circuit al mesajului, „cel care transmite“ şi „cel care primeşte“ mesajul, posibile devieri de la traiectorie datorită caracteristicilor canalului sau lipsei de „îndemânare“ a actorilor implicaţi. Comunicarea poate fi analizată secvenţial, există o distincţie clară între receptor şi emiţător, elementele nu se întrepătrund, mesajul fiind o suită de elemente, a căror semnificaţie rămâne în plan secundar. Critici au fost formulate şi la adresa noţiunii de „receptor“ (D. McQuil, 1984/1999) – implică un rol pasiv, de aşteptare a mesajului transmis de un „emiţător“ care controlează întreaga situaţie de comunicare. Receptorul însă acţionează asupra informaţiei primite, iniţiază la rândul său mesaje şi are cel puţin acelaşi control asupra situaţiei de comunicare ca şi emiţătorul: el este cel care a ales mesajul dat dintr-o paletă largă de stimuli care vin din mediul înconjurător.

George Gerbner (1956), reprezentant de seamă al şcolii proces a comunicării, profesor la Annenberg School of Communication a pornit de la modelul de bază al lui C.F. Shanon şi W. Weaver, transformându-l într-unul mai complex, bidimensional. Observaţia lui G. Gerbner era aceea că modelele care derivă direct din teoria informaţiei sunt foarte abstracte, nu leagă mesajele de context, de realitatea despre care „vorbesc“ şi nu permit întrebări despre modul în care indivizii percep realitatea şi îi atribuie înţelesuri. Preocupându-se de posibilele înţelesuri atribuite mesajului, G. Gerbner reduce distanţa dintre comunicarea ca proces şi comunicarea ca act (abordarea semiotică).

G. Gerbner consideră că există două dimensiuni de-a lungul cărora poate fi analizat procesul comunicării: dimensiunea percepţiei şi cea a mijloacelor şi controlului. Procesul comunicării începe când un eveniment (notat cu E), aflat în realitatea exterioară este perceput/receptat de M (o maşină – ex. cameră de luat vederi – sau o persoană). Percepţia lui M asupra lui E este notată în modelul de mai sus cu E_1. Relaţia între E şi E_1 este rezultatul unei selecţii, căci M nu poate percepe pe E în toată complexitatea sa. Dacă M este un aparat, spre exemplu o cameră de luat vederi, aceasta va avea limite în redarea lui



Fig, 1.2. Modelul matematic al comunicării, C.F. Shannon W. Weaver, 1949 (după I. Pârvu, 2000, 36)

Utilizând teoria informației, C.F. Shannon şi W. Weaver arată că procesul comunicării este influențat de: (1) probleme tehnice cu privire la recepționarea şi transmiterea eficientă a mesajelor, (2) probleme semantice care privesc creşterea preciziei de transmitere a mesajului, prin alegerea celor mai adecvate cuvinte şi simboluri, (3) problema eficienței – afectează mesajul comportamentul receptorului, în maniera dorită de emițător?

Efectul comunicării nu este totdeauna cel scontat, datorită faptului că emițătorul nu conştientizează diferențele dintre mesajul transmis şi cel receptat. Deşi nu au formulat explicit termenul de *feedback*, C.F. Shannon şi W. Weaver au realizat faptul că procesul comunicării poate fi bruiat, dacă emițătorul nu se asigură asupra conținutului mesajului care ajunge la receptor. Modelul Shannon-Weaver se bazează pe relația dintre entropie şi informație: măsura în care un mesaj nou reduce din incertidudinea (dezordinea) unui situații sau stări de fapt. Comunicarea este privită astfel matematic, se analizează eficiența sa, măsura în care un emițător poate să obțină maximum de informații dintr-un mesaj, reducât astfel incertitudinea, în situația dată. În acest sens, informația şi implicit comunicarea este asociată ideei de nou, original, neaşteptat, improbabil, creând premisele pentru ceea ce s-a numit, în anii 1960, „teoria informație“ şi „ştiința comunicării“ (I. Pârvu, 2000, 30-34).

Referindu-se la modelele liniare ale comunicării, Lucien Sfez (1988/2002) foloseşte metafora „bilei de biliard“:

realitatea internă. De fapt, prin descrierea modului cum funcționează dimensiunea perceptivă a comunicării, G. Gerbner a prefigurat rolul „schemelor mentale“ în comunicare – concept introdus în psihologia cognitivă de Susan T. Fiske şi Patty W. Linville (1980)[1]. Procesele de negociere pentru a atribui semnificație evenimentului E, precum şi schemele mentale sunt tributare contextului: elementelor sociale şi culturale pe baza cărora a evoluat „lumea“ noastră internă: valori, emoții, credințe, aşteptări. Oameni din culturi şi societăți diferite vor percepe aceeaşi realitate în mod diferit.

La nivelul dimensiunii comunicative – a mijloacelor şi controlului – elementul perceptiv E_1 este convertit într-un semnal, notat cu SE, în Fig. 1.3 . În traducerea modelelor anterioare, SE este un mesaj: un semnal care stă pentru evenimentul E. Mesajul SE este compus din S – forma semnalului şi E – conținutul acestuia. S_s reprezintă mulțimea formelor de a comunica acelaşi conținut al mesajului, dintre care comunicatorul alege pe cel potrivit. Selecția apare şi în această dimensiune, ca şi în cea orizontală şi va afecta modul în care este prezentat E.

Modelul lui G. Gerbner, deşi se preocupă de semnificațiile pe care le are evenimentul E pentru emițător şi receptor, nu lămureşte cum sunt generate aceste semnificații (J. Fiske, 1990). A fost astfel criticat şi pentru că nu analizează diferența între percepția unul eveniment real şi percepția unui mesaj despre evenimentul respectiv. Este adevărat că dacă un prezentator de ştiri, spre exemplu, spune „Bună seara!“ într-o emisiune televizată, nu ne vom grăbi să-i răspundem, spre deosebire de situația când acest lucru s-ar întâmpla în plină stradă şi totuşi, se poate întâmpla ca auditorul să confunde mesajul despre eveniment cu evenimentul real. Cazul dramaturgului american George Orson Wells (1915-1985) şi al piesei sale de teatru *Războiul lumilor* este adesea vehiculat în manualele care tratează problema comunicării de masă, ca un

1 vezi S. Chelcea, Septimiu şi P. Iluț (coord.) (2003). Enciclopedie de psihosociologie, pp. 322-325.

E, datorate modului său de proiectare, dar şi a selecţiei celui care o mânuieşte. Dacă M este o persoană, atunci percepţia nu este o simplă receptare de stimuli, ci are loc un proces de negociere. Procesul de negociere, central în abordarea semiotică a comunicării – care presupune că mesajul nu are semnificaţie decât prin interacţiune cu receptorul (A. Beck, 2001, 84) – este analizat de G. Gerbner ca o modalitate de „potrivire“ a stimulilor externi cu gândurile, aşteptările şi valorile noastre interne (J. Fiske, 1990). Semnificaţia mesajului apare la întâlnirea dintre stimulul extern şi realitatea internă.

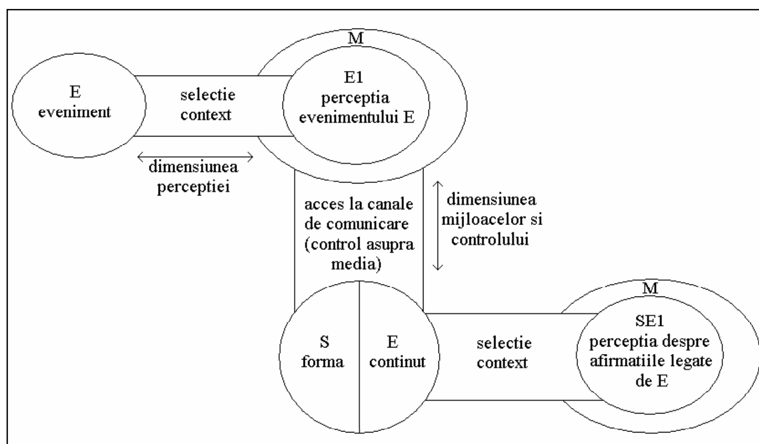


Fig. 1.3. Modelul comunicării elaborat de G. Gerbner, 1956 (după D. McQuail şi S. Windahl, 1982/2001, 28)

Îmi amintesc că am trimis, cu câţiva ani în urmă, o ilustrată din Olanda bunicii mele, care a trăit toată viaţa într-un sat de munte. Speram să o impresioneze morile de vânt sau podurile din Amsterdam. Am fost surprinsă să constat că singurul lucru pe care şi-l amintea din ilustrată era o imagine abia perceptibilă a unor vaci Holstein, fără coarne. Conform modelului lui G. Gerbner, era stimulul extern care se plia pe

receptorului, dar necesită un efort de decodificare superior, pe care receptorul nu este pregătit întotdeauna să-l investească. De asemenea, utilizarea unui anume canal de comunicare va atrage după sine un anumit „cost“ al comunicării, un efort din partea ambelor unități sociale implicate, care se vrea redus. Cuvintele sau semnele tind să fie reduse la formele cele mai simple. Se apelează la „scurtături“, mai ales când regulile de codificare sunt bine cunoscute emițătorului şi receptorului. Astfel, „profesor“ va deveni „prof.“ – iar „sunt bucuros“ - va deveni „☺“. Costul transmiterii informației este cu atât mai mare, cu cât frazele sunt mai lungi, mai complexe, riscând ca receptorul să devină plictisit şi să nu mai decodifice mesajul.

Redundanța se referă, în teoria informației, la excesul de semne raportat la numărul minim necesar pentru transmiterea informației în mod optim. Totuşi, redundanța este absolut necesară în comunicarea interumană, pentru a spori inteligibilitatea mesajului şi impactul său asupra receptorului. Redundanța asigură practic emițătorul asupra calității receptării şi asupra similarității codurilor între acesta şi receptor. Gesturile care însoțesc discursul vorbit, spre exemplu, referindu-se la aceeaşi informație, chiar dacă sunt redundante, contribuie la apropierea codurilor de comunicare între emițător şi receptor.

Alături de redundanță – ceea ce este previzibil şi convențional într-un mesaj – teoria informației introduce conceptul de „entropie“, care se referă la previzibilitate redusă a mesajelor. John Fiske (1990) susține că limba engleză este 50% redundantă, ceea ce înseamnă că, dacă s-ar renunța la 50% dintre cuvinte, s-ar transmite încă mesaje care să poată fi decodificate corespunzător. Dacă, spre exemplu, ne întâlnim cu un cunoscut pe stradă şi acesta ne întreabă „Ce mai faci?“, iar noi răspundem „Bine“, ambele mesaje au redundanță ridicată şi nu ridică probleme de comunicare. Este ceea ce Roman Jakobson (1960) numeşte „comunicare fatică“ (vezi p. 27) – care are ca scop întreținerea relațiilor sociale şi nu aduce nicio informație nouă, servind doar pentru a menține deschise oportunitățile de comunicare între interlocutori. Dacă însă nu am răspunde „Bine“ sau niciunul dintre interlocutori nu ar întreba „Ce mai faci?“, dat

exemplu ilustrativ de confuzie, la nivelul receptorilor, între mesajul despre eveniment şi evenimentul în sine.

Melvin L. DeFleur (1970) a introdus *feedback*-ul, ca element esenţial al comunicării, creând un model mai complex decât cele precedente. Emiţătorul este cel care investeşte mesajul cu o anume semnificaţie, iar receptorul decodifică şi transformă mesajul astfel transmis, atribuindu-i, de asemenea, o semnificaţie. „Dacă există o corespondenţă între cele două semnificaţii, atunci putem vorbi de comunicare" (*apud* D. McQuail, S. Windahl, 1982/2001, 22). Corespondenţa dintre cele două semnificaţii, numită „izomorfism", este asigurată prin *feedback*-uri succesive, ceea ce face din comunicare un proces dinamic, în care atât receptorul cât şi emiţătorul îşi modifică reciproc reacţiile (M.L. DeFleur şi S. Ball-Rocheach, 1989/1999).

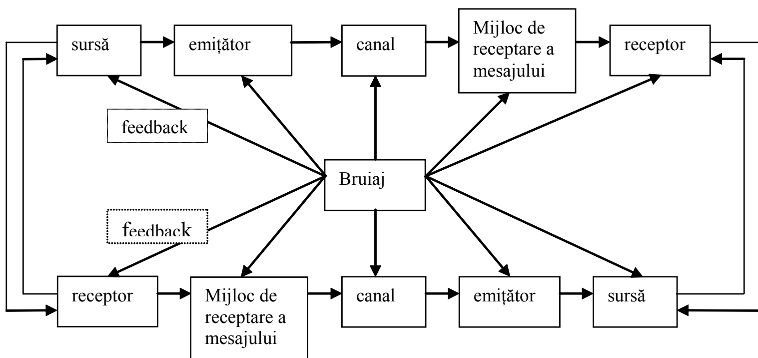


Fig. 1.4. Modelul comunicării propus de M.L. DeFleur, 1970 (după D. McQuail şi S. Windahl, 1982/2001, 23)

Pentru a fi recunoscut şi înţeles un mesaj trebuie să păstreze un echilibru între previzibil şi imprevizibil. Un mesaj foarte previzibil aduce puţină informaţie receptorului şi sfârşeşte prin a fi neinteresant pentru acesta. În schimb, un mesaj prea imprevizibil, aduce un plus de informaţie, captând atenţia

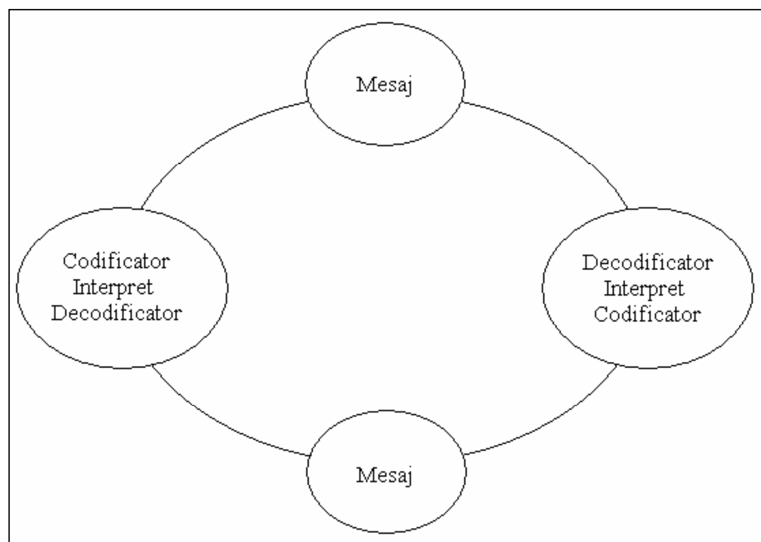


Figura 1.5. Modelul comunicării propus de C.E. Osgood şi W. Schramm (după I. Drăgan, 1996, 32)

Ambii actori implicați în procesul de comunicare îndeplinesc aceleaşi funcții: codifică, decodifică şi interpretează mesajul. Astfel, folosirea termenilor de „receptor“ şi respectiv „emițător“ devine inutilă, fiindcă cei doi preiau succesiv aceste roluri. Dacă spre exemplu unul dintre actori vorbeşte şi celălalt zâmbeşte suportiv, aceasta va determina un alt tip de mesaj din partea primului, decât atunci când partenerul de interacțiune se încruntă. Modelul are aşadar în centru termenul de *feedback*, care reglează actul comunicațional, deşi W. Schramm nu-l formulează ca atare. De altfel, o astfel de schemă este utilă în analiza comunicării interpersonale, dar este dificil de aplicat în situații de comunicare cu *feedback* redus. În plus, dacă unul dintre actorii implicați este intervievator şi altul intervievat, echilibrul schemei are de suferit, comunicarea în acest caz fiind puternic lateralizată.

În descrierea comunicării, W. Schramm a luat în considerare posibilitatea multiplicării canalelor de comunicare: un

fiind contextul întrevederii dintre cei doi şi relaţia de familiaritate dintre aceştia, atunci mesajele ar fi înalt entropice şi ar îndeplini o funcţie informativă – posibila alterare a relaţiei.

Dacă putem controla complexitatea informaţiei, sensul atribuit ei este imprevizibil. În comunicarea automatică (între două computere) sensul mesajului este dat de sistemul de codificare şi regulile asociate lui. Decodificarea se supune unor modele logice şi sensul atribuit mesajului este înalt previzibil. În schimb, în comunicarea interumană, competenţa receptorului, experienţa subiectivă a acestuia construiesc sensul mesajului, dependent de context. În cadrul comunicării umane, relaţia dintre emiţător şi receptor intervine continuu în formularea şi interpretarea mesajului.

Termenul de „interacţiune" a intervenit ca element central al comunicării odată cu modelul propus de Wilbur Schramm[1] (1954). Inspirându-se din lucrările lui Charles E. Osgood, acesta a criticat modelele liniare ale comunicării, subliniind că indivizii nu răspund în mod automat mesajului, ci în funcţie de personalitatea lor, de influenţele grupului şi ale situaţiei în care comunică (*apud* R.L. Heath şi J. Bryant, 2000). Modelul Osgood - Schramm (cum este denumit de D. McQuail şi S. Windahl (1982/2001, 24) este circular şi se constituie ca o reacţie la modelele liniare care separau clar rolurile emiţătorului şi receptorului. În timp ce emiţătorul vorbeşte, receptorul ascultă, dar şi modul în care se realizează ascultarea constituie o informaţie pentru cel care a emis mesajul şi care, de această dată, se transformă în receptor.

---

1 W. Schramm a contribuit decisiv la afirmarea „comunicării de masă" ca disciplină academică, fiind cel care a organizat, în 1943, primul program doctoral în comunicarea de masă, ca director al Şcolii de Jurnalistică a Universităţii din Iowa (cf. P. Dobrescu şi A. Bârgăoanu, 2003, 108).

este Theodore M. Newcomb (1953). Şi acest model, propus de psihosociologul american se centrează pe ideea echilibrului, fiind inspirat de teoria echilibrului *(balance theory)* inițiată de Fritz Heider, într-un articol din *Journal of Psychology* (1946), teorie menită să descrie cum sunt structurate atitudinile sociale (teoria echilibrului a fost consacrată ulterior, odată cu apariția lucrării lui F. Heider, *The Psychology of Interpersonal Relations*, 1958. Pe scurt, teoria echilibrului susține că două entități sociale, aflate în relație vor genera atitudini stabile, dacă atitudinea față de una dintre cele două entități sociale este consonantă cu atitudinea față de cealaltă entitate socială, în caz contrar producându-se un dezechilibru, tradus prin inconsistență între ceea ce individul face şi ceea ce declară. Astfel, Th. M. Newcomb raportează comunicarea la relațiile sociale, precizând că principala funcție a comunicării este aceea de a menține echilibrul sistemului social (J. Fiske, 1990).

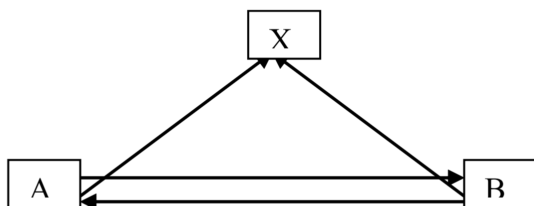


Fig. 1.6. Modelul comunicării propus de Th. M. Newcomb, 1953 (după D. McQuail, S. Windahl, 1982/2001, 31)

Relația dintre persoana A şi persoana B (despre subiectul notat cu X) influențează percepția lui B asupra punctului de vedere exprimat de A în legătură cu X. Dacă spre exemplu B îl place pe A şi A vorbeşte favorabil despre subiectul X – un subiect despre care B nu are nicio opinie, persoana B va ajunge să aprecieze subiectul X, datorită faptului că îl place pe A. Modelul ABX se poate exemplifica cu referire la diferite ipostaze relaționale ale lui B față de A. Să ne imaginăm că lui

mesajul poate fi transmis, spre exemplu, concomitent la nivelul canalului vizual (gesturi, posturi, expresii faciale) şi auditiv (rostirea cuvintelor, tonul vocii, ritmul vorbirii etc), arătând că mesajul nu urmează o traiectorie liniară, ci străbate circuite paralele, de la emițător la receptor (I. Drăgan, 1996, 33).

Dincolo de a fi un proces echilibrat, comunicarea este un proces dinamic şi modelele prezentate anterior surprind puțin acest dinamism. Modelul elicoidal al comunicării (F.E.X. Dance, 1967) este unul dintre cele care analizează dinamic relația dintre componentele comunicării: conversația dintre două persoane (ca în modelul lui W. Schramm) determină o schimbare a volumului de informații transmise de cei doi actori, care se situează ulterior pe poziții noi în schema comunicării, decât cele deținute inițial. Acest model-spirală susține o lateralizare a comunicării în direcția celor mai bine informați – cei care deja au informații despre un anumit domeniu sunt avantajați de procesul comunicării şi nu există un echilibru între receptor şi emițător, din punct de vedere al informațiilor obținute în urma actului comunicațional (*apud* D. McQuail, S. Windahl, 1982/2001, 25). Deşi modelul lui F.E.X. Dance este greu de utilizat în cercetări concrete, datorită dificultății controlului informațiilor pe care indivizii le acumulează prin interacțiuni succesive cu alți actori sociali, comparativ cu informațiile dobândite în cadrul procesului de comunicare concret analizat, totuşi modelul-spirală este util pentru a ilustra unele divergențe în procesul comunicării. Un cunoscut profesor obişnuia să spună: „am predat de atâtea ori lecția că aproape o ştiu şi eu". Dincolo de comicul de limbaj, afirmația nu este departe de adevăr. Nu de puține ori, prezentarea unei lecții poate prilejui pentru profesor ocazii de a-şi reevalua cunoştințele, de a-şi clarifica nelămuririle şi de a pune noi întrebări sau de a oferi noi exemple. Mai greu este însă atunci când realizăm că studenții nu au parcurs aceleaşi etape în a avansa la un nivel superior al cunoaşterii.

W. Schramm sublinia faptul că în ecuația comunicării intervin şi factori de personalitate ai actorilor implicați, însă cel care a pus problema relației dintre actorii sociali implicați

Emițătorul (în cazul nostru, A) care poate fi un individ, dar şi o echipă de persoane, selectează din mai multe surse posibile sau din mai multe forme posibile ale mesajului: x_1....x_n pe cel care va fi transmis receptorului B (auditorului). Elementul C însă joacă rolul unui *gatekeeper*, realizând selecția mesajelor către receptor. C poate avea direct acces la sursele de informații ale lui A şi chiar la unele la care A nu are acces. Mai mult, *feedback*-ul (notat cu f) este direcționat către emițător dar, în unele cazuri şi către C, elementul care poate modifica şi redirecționa mesajele către A. Recunoaştem acest model în domeniul comunicării de masă, în rolul lui C putând fi: redactori, jurnalişti, agenții de presă sau guvernamentale, persoane din managementul diferitelor organizații, lucrători în publicitate şi relații publice etc. B.H. Westley şi M.S. MacLean au arătat că procesul comunicării nu se rezumă la două persoane care conversează şi este, în primul rând, caracterizat prin selectivitate: atât receptorul cât şi emițătorul răspund selectiv la stimuli care apar în mediul fizic şi social din care aceştia fac parte.

Mihai Dinu (2000), analizând modelul Westley-MacLean, arată că litera „x“ stă pentru obiecte, fenomene observabile, dar şi pentru persoane. În această ultimă situație “x“ se confundă cu A şi B şi singurul lucru care-l diferențiază este intenția de comunicare. Astfel, susține autorul român, în orice comunicare interpersonală apar elemente intenționate şi neintenționate, acestea din urmă nefiind *formulate* pentru a fi transmise receptorului, nu sunt cuprinse în schema de mai sus.

> Precizam deosebirea dintre semnal şi indiciu. Ambele au calitatea de a informa şi, după cum ne-o demonstrează studiul comunicării nonverbale, adeseori aflăm mai multe lucruri de la şi despre interlocutorul nostru prin indiciile ce scapă controlului conştient al emițătorului decât din semnalele pe care acesta le transmite cu bună ştiință. Teama de a fi mințiți, fiindcă ştim cât de uşor este să trişezi folosind canalul verbal, ne determină să ne îndreptăm atenția asupra manifestărilor nonverbale, încercând să deducem din graiul indiciilor ce se ascunde în spatele cuvintelor. În orice comunicare interpersonală coexistă cele două componente, cea intenționată şi cea neintenționată, în cazul celei de a doua, neputându-se vorbi de o *formulare* a mesajului în vederea influențării receptorului (M. Dinu, 2000, 67-68).

B îi place muzica rock (X) dar nu îi place persoana A, cum va reacţiona oare B, când A vorbeşte pozitiv despre muzica rock? Va trebui să aibă atitudini similare faţă de A, pentru ca sistemul să rămână în echilibru. Dacă însă B place pe A, dar gândeşte diferit despre X în comparaţie cu A, există o presiune de a comunica pentru A şi B şi de a restabili echilibrul sistemului. Cu cât subiectul X este mai important pentru sistem, cu atât mai mare va fi presiunea ca A şi B să ajungă la puncte de vedere similare despre X.

Ca şi modelul iniţial propus de F. Heider (1946), cel detaliat de Th. M. Newcomb se aplică mai ales în domeniul comunicării interpersonale. Pentru a fi operaţional, modelul trebuie să se raporteze la informaţii legate de context, de mediul social în care indivizii acţionează.

Luând în considerare şi informaţiile legate de contextul comunicării, Bruce H. Westley şi Malcom S. MacLean (1957) au dezvoltat un model mai elaborat, introducând şi elementul C – funcţia editorial-comunicativă – care decide ce anume să se comunice.

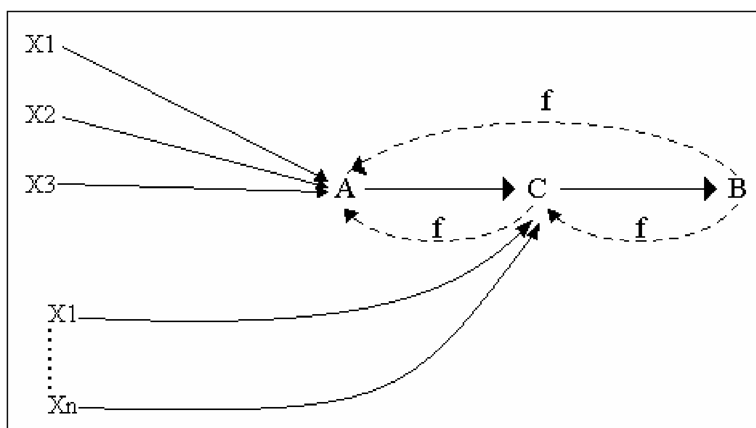


Fig. 1.7. Modelul comunicării propus de B.H. Westley şi M.S. MacLean, 1957 (după M. Dinu, 2000, 65)

funcții ale limbajului: emotivă, referențială, poetică, retorică, fatică, metalingvistică şi conativă. Consider că aceste şase funcții enunțate de R. Jakobson pot fi regăsite şi la nivelul comunicării nonverbale, iar exemplele de mai jos sunt ilustrări ale acestui punct de vedere.

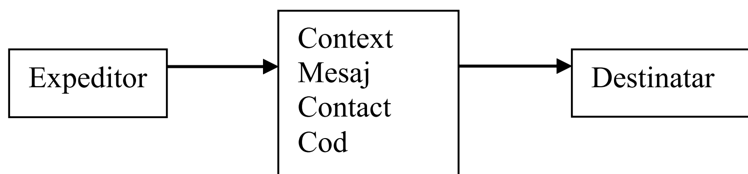


Fig. 1.8. Modelul comunicării propus de R. Jakobson, 1960 (după I. Drăgan, 1996, 20)

Funcția emotivă (expresivă) a mesajului este cea prin care emițătorul îşi comunică emoțiile, atitudinile, intențiile, dar şi elemente identitare ca: statutul social, clasa socială, genul. Vestimentația este un element, specific comunicării nonverbale, care ne poate oferi informații importante despre statutul social al interlocutorului, valorile şi atitudinile sale. Iată cum îşi reprezintă un proaspăt student la arhitectură, colegii săi, studenți la aceeaşi universitate, comparativ cu studenții de la Academia de Studii Economice din Bucureşti.

> Arhitectul se îmbracă stilat. Nu neapărat la modă. Poate după propria „modă“, niciodată țipător, de obicei la o culoare – pentru evitarea acelui inamic al esteticii, kitsch-ul [...] Doamnele arhitecte poartă, de obicei, costum – tot monocrom, de obicei tot negru, tot pentru evitarea deja-binecunoscutului-kitsch. Probabil că modalitatea cea mai obişnuită şi simplistă de a recunoaşte un student arhitect este prin omniprezența accesoriilor numite teu şi tub, care în primii ani devin un fel de arme de luptă [...]. Cel mai uşor se diferențiază de studenții de la ASE şi Politehnică. Studenții de la ASE au pantofi negri (aş adăuga de la mine şi şosete albe, dar asta chiar n-am verificat), îşi fac „țepi“ în păr – dar numai în față – trebuie subliniat – şi se îmbracă de obicei „elegant“ şi la fel ca studentele de la ASE frecventează clubul Twice (www.visualart.ro/forum 10.12.2003).

Rolul contextului social în analiza procesului comunicării a fost semnalat de Roman Jakobson (1960), într-un model care apropie abordarea de tip proces a comunicării, de cea de tip semiotic. Modelul lui R. Jakobson arată că un expeditor poate trimite un mesaj către un destinatar, dar mesajul poate avea o altă semnificație decât cea care derivă direct din alcătuirea sa. Este ceea ce R. Jakobson înțelege prin „context“. „Codul“ reuneşte un ansamblu de înțelesuri care structurează mesajul. Noțiunea de „contact“ este similară celei de „canal“ – din modelele anterior prezentate, dar este extinsă, cuprinzând în sfera sa şi conexiunile relațional-psihologice dintre emițător şi destinatar (J. Fiske, 1990). Ioan Drăgan (1996) foloseşte termenul de „referent“ şi nu pe cel de „contact“, subliniind că este vorba de elementele mediului: persoanele şi obiectele din situația comunicațională (referentul situațional) şi realitatea absentă, dar actualizată de mesaj (referentul textual).

Pentru R. Jakobson, codul nu reprezintă un ansamblu de semne descifrabile, unite între ele prin reguli specifice canalului de comunicare, ca în modelul Shannon-Weaver, unde importantă era eficientizarea comunicării şi reducerea bruiajului, ci accentul cade pe semnificație, codul fiind cel care permite acccesul la interpretarea contextuală a mesajului.

R. Jakobson este interesat dacă putem avea acces la înțelegerea textului ca „act discursiv“, făcând abstracție de intenția şi semnificația atribuită de emițător. Pentru el „sensul unui cuvânt este determinat în acelaşi timp de influența cuvintelor care îl înconjoară în discurs şi de memoria celor care i-ar fi putut lua locul“ (O. Ducrot şi M. Scaeffer, 1972/1996, 177). Rolul contextului este evident la adepții lingvisticii structurale, care caută ceea ce este inerent actului de comunicare, independent de intențiile emițătorului. R. Jakobson accentuează rolul contactului stabilit între interlocutori, conexiunea psihofiziologică dintre aceştia (*idem*, 502), aspecte de care voi ține seama în Capitolul 5 al acestei lucrări.

Ca lingvist, R. Jakobson a creat un model specific analizei limbajului, identificând şase factori fără de care comunicarea, în opinia sa, nu ar fi posibilă, factori ce corespund celor şase

oficială un inferior întinde mâna unui superior sau un bărbat întinde mâna unei femei, aceste comportamente sunt considerate nepotrivite, cel puțin dacă sunt interpretate prin prisma codului protocolului instituțional. „În cadrul strângerilor de mână femeia trebuie să aibă inițiativa întinderii mâinii către bărbat şi cel superior în grad către cel inferior lui; la efectuarea acestui gest, mâna nu trebuie să fie flască, iar strângerea nu trebuie să fie excesiv de viguroasă" (E. Manciur, 2006, 145). Totuşi, atunci când cele două criterii se combină (genul şi poziția socială) primează întotdeauna poziția socială şi, în plan internațional, există pronunțate tendințe de a renunța la norme de protocol care au drept criteriu exclusiv genul: într-o întâlnire dintre un student şi un profesor, studentul, chiar de genul feminin nu se va grăbi să întindă mâna profesorului şi nicidecum să-i întindă acestuia o carte de vizită. Dar dacă aplicăm un alt cod de interpretare al gestului întinderii mâinii, acela al relațiilor interpersonale, putem presupune că persoana de grad inferior s-a grăbit să întindă mâna către cel de rang superior pentru a exprima deschiderea către comunicare şi disponibilitatea stabilirii unei relații, nu a executat un gest protocolar, voluntar, ci un gest involuntar cu valoare fatică. O posibilă explicație poate fi însă faptul că persoana de rang inferior are o încredere de sine exagerată, este vanituoasă şi chiar lipsită de respect la adresa superiorului. Cât despre femeia care nu a întins mâna bărbatului, deşi în poziții egale, aşteptând ca acesta să aibă inițiativa, se poate argumenta că a comis o greşeală de protocol (dacă atribuim semnificație mesajului folosind acest cod), dar folosind codul comunicării interpersonale, putem presupune că este o persoană obişnuită ca partea masculină să ia inițiativa.

Funcția poetică reflectă relația mesajului cu sine însuşi şi este centrală în comunicarea estetică, dar apare şi în conversațiile cotidiene. Pentru a exemplifica funcția poetică a limbajului, R. Jakobson foloseşte un slogan[1] din campania electorală a lui Dwight D. Eisenhower, cel de al 34-lea preşedinte al

1 O analiză detaliată a termenului „slogan" şi a modului de construire a sloganurilor, în Septimiu Chelcea (2006, pp. 220-224).

Funcția conativă se referă la efectul mesajului asupra receptorului. În comunicarea persuasivă, această funcție este centrală. Reuşeşte mesajul de mai sus să ne persuadeze că astfel arată un student de la arhitectură? Cel puțin mi-a atras atenția şi acesta este primul pas în procesul persuasiunii (potrivit modelului Hovland-Janis-Kelley, 1953).

Funcția referențială face apel la elementul „context" al modelului şi presupune adecvarea mesajului la realitatea socială în care este transmis. Un exemplu ilustrativ în acest sens este cel în care un spion american a fost deconspirat în timpul celui de al doilea război mondial pentru că stătea pe scaun „în stil european" (G.I. Nierenberg şi H.H. Calero, 1971). Exemplul a fost comentat de Septimiu Chelcea (1994), subliniind că diferitele posturi poartă amprenta spațiului cultural din care provin: postura „genunchi peste genunchi" este mai degrabă întâlnită în Europa, pe când cea „gleznă peste genunchi" este mai degrabă întâlnită în spațiul nord-american. Deşi a avut loc un fenomen de „mcdonaldizare[1] a comunicării nonverbale" (S. Chelcea şi A. Chelcea, 2004), putem atribui mesajelor posturale funcții referențiale în comunicare.

Funcția fatică a mesajelor se referă la menținerea relațiilor sociale între actorii implicați şi lasă deschise canalele de comunicare dintre aceştia. Adesea, când se întâlnesc, bărbații îşi strâng mâna. Gestul este păstrat şi la întâlnirile la nivel înalt şi are ca scop menținerea relației cu interlocutorul sau asigurarea că acesta este deschis la discuții. Este adevărat că strângerea de mână poate îndeplini şi o funcție emotivă, căci poate da seama de starea emoțională a partenerului de interacțiune: o strângere de mână fermă poate crea impresia unei persoane sigure pe sine, pe când o mână transpirată poate sugera că interlocutorul este vizibil emoționat.

Funcția metalingvistică asigură „deconspirarea" codului. Cadrul de desfăşurare a mesajului devine suport pentru atribuirea de semnificații mesajului. Dacă într-o întâlnire

1 Termenul „mcdonaldizare", în accepțiunea de raționalizare excesivă a societății şi interacțiunilor cotidiene, a fost introdus de George Ritzer (2000/2003).

Adăugăm faptul că funcția poetică a acestui mesaj rezultă din alăturarea unui salut folosit, în general, în instituții militare – „să trăiți!“ cu particula „bine“. Aici trebuie precizat că pe afişele electorale Traian Băsescu saluta milităreşte, dar fără chipiu, în contradicție cu schema rol de „militar“, ceea ce a a contribuit la sporirea atenției publicului. R. Jakobson (1960) observa că sloganul „I like Ike!“ a fost uşor reținut de alegători şi datorită simplității şi naturii sale rimate. Consider că sloganul „Să trăiți bine!“ a fost uşor reținut şi a îndeplinit chiar funcții fatice datorită noutății construcției sale în peisajul propagandistic românesc.

Am prezentat succint câteva dintre cele mai cunoscute modele care au influențat analiza comunicării ca proces, evidențiind diferențele dintre ele şi modul cum au pus în valoare rolul contextului social, precum şi importanța pe care au alocat-o diferitelor componente ale comunicării. Acest demers nu are doar o valoare teoretică, ci în special aplicativă. Modelele şi modelarea în general sunt utile atât timp cât impulsionează cercetarea. De aceea, mi s-a părut importantă asocierea demersului din această lucrare cu unul dintre modelele prezentate. Precizez că analizele asupra procesului comunicării (a comunicării nonverbale, în special) aşa cum vor fi detaliate pe parcursul capitolelor următoare se încadrează modelului transmisiei propus de C.F. Shannon W. Weaver (1949) şi schemei comunicării interpersonale sugerată de H.D. Lasswel (1948), dar pot fi cel mai bine reprezentate de modelul lui David K. Berlo (1960) pe care îl voi detalia în continuare.

David K. Berlo a preluat schema sursă-mesaj-canal-receptor (SMCR), accentuând rolul relației dintre sursă şi receptor şi, mai ales, rolul competențelor comunicaționale ale acestora. D.K. Berlo introduce conceptul de „fidelitate“ pentru a descrie comunicarea în care mesajul a reuşit să fie corect decodificat de către receptor (fără a fi afectat de bruiaje – în termenii propuşi de C.F. Shannon şi W. Weaver). Un exemplu comun al comunicării lipsită de fidelitate este acela în care un student întreabă profesorul asupra semnificației unui termen

SUA, ales în 1953: „I Like Ike!". Funcția poetică rezultă aici, susține R. Jakobson, din alăturarea celor trei cuvinte monosilabice dintre care două rimate. Din punct de vedere al metalimbajului, potrivit codului comunicării politice, sloganul se poate traduce astfel: „Îl susțin pe Eisenhower în campania electorală şi partidul său". Folosind codul relațiilor interpersonale, slogalul are o altă semnificație: apelativul „Ike" arată o apropiere a relațiilor dintre alegători şi candidatul la funcția de preşedinte. Dacă ne referim la funcția emoțională a mesajului (expresivă), sloganul dă seama despre atitudinile politice ale posibililor alegători şi despre intensitatea acestora. Referențial, mesajul face apel la o persoană şi la un partid politic care se presupun cunoscute prin apelativul „Ike". Din punct de vedere conativ, este clar un mesaj propagandistic[1], care are ca scop determinarea alegătorilor să voteze cu un anume candidat. Şi funcția fatică poate fi identificată în acest mesaj, el constituind un element de sudare a relațiilor dintre susținătorii lui Eisenhower. Am preluat acest exemplu din lucrarea lui John Fiske (1990, 37).

Septimiu Chelcea (2006, 199) analizează sloganul „Să trăiți bine!", folosit de Traian Băsescu în campania electorală din 2004:

> Sloganul „Să trăiți bine!" din campania electorală a candidatului Traian Băsescu este un exemplu de utilizare a ambiguității în persuadarea alegătorilor. „A trăi bine" are multiple înțelesuri. Fiecare alegător a găsit în acest slogan ce şi-a închipuit că a vrut să spună actualul preşedinte al României: unii s-au gândit la sporirea veniturilor, alții la asigurarea securității personale sau la garantarea libertății de exprimare a opiniilor etc. Numărul de interpretări a coagulat un public numeros. Cu totul altceva ar fi fost dacă se promitea alegătorilor dublarea veniturilor în decurs de un an de zile sau ridicarea vizelor în primele şase luni de guvernare. Acesta ar fi fost un mesaj lipsit de ambiguitate, dar şi o promisiune riscantă. La termenul stabilit, cetățenii ar fi putut să evalueze dacă promisiunile s-au îndeplinit. Aşa cum a fost formulat, sloganul îi oferă preşedintelui nu o „portiță de scăpare", ci o „uşă capitonată" care sa-l protejeze. Vom trăi bine, dar când?!

---

1 Despre construirea mesajelor propagandistice, vezi şi Ioan Drăgan (1980), Mihai Milca (1981), Claudiu Coman şi Vasile Şelaru (2005).

comunicaționale ne ajută să decodificăm mesajul transmis, în acord cu semnificația şi codul ales de emițător. Elementele mai subtile ale comunicării, intențiile ascunse ale emițătorului, semnificațiile adiționale ale mesajului sunt desprinse cu ajutorul competențelor comunicaționale. D.K. Berlo şi colaboratorii săi (1969) sunt de părere că, în procesul comunicării, competențele comunicaționale intervin în alegerea şi aplicarea corectă a codului, în utilizarea comprehensivă a elementelor codului, în aplicarea convențiilor şi adaptarea codului la audiența vizată.

Comportamentul sursei şi receptorului în procesul comunicațional este influențat de cunoştințele pe care aceştia le au despre propriile atitudini, posibilitățile de care dispun pentru a transmite mesaje, cunoştințe despre proprietățile diferitelor canale de comunicare şi bineînțeles despre subiectul discuției. Presupunând că un emițător doreşte să transmită un mesaj de felicitare cu ocazia căsătoriei a doi prieteni, trebuie să fie conştient de propria atitudine față de căsătorie. Dacă are o atitudine ostilă căsătoriei, indicii ale atitudinii sale pot să transpară în mesaj, influențând rezultatul comunicării. În acest caz, un mesaj scris este preferat unuia verbal. De asemenea, emițătorul trebuie să fie conştient de posibilitățile sale de a transmite mesaje. Presupunând că are competențe ridicate în ceea ce priveşte folosirea limbajului scris, ar putea alege să scrie o felicitare, altfel, poate cumpăra o felicitare cu mesaj tipărit. Cunoscând proprietățile diferitelor canale de comunicare, îl poate alege pe acela care are impactul dorit. Va trimite felicitatea prin poştă sau prin e-mail? În sfârşit, este important să cunoască ce tipuri de urări se adresează cu ocazia unui astfel de eveniment în comunitatea din care fac parte tinerii căsătoriți. Spre exemplu, urarea românescă tradițională: „Casă de piatră!“ ar trebuie să fie înlocuită în Statele Unite cu: *Hope you two have many happy years together!* (Vă doresc mulți ani fericiți împreună!), iar în Olanda, cel mai adesea se foloseşte: „Felicitări pentru căsătorie!“ (*Van harte gefeliciteerd met jullie huwelijk!*), deşi olandezii obişnuiesc să scrie poeme special pentru miri, în care îşi exersează

şi pleacă mai nelămurit decât era iniţial. Cu cât sunt mai dezvoltate competenţele comunicaţionale ale celor doi actori implicaţi în procesul de comunicare, cu atât mesajul va fi mai bine codificat şi respectiv decodificat. David K. Berlo, James B. Lemert şi Robert J. Mertz (1969) susţin că numai analizând competenţele în interacţiune, ale sursei şi receptorului, putem prezice rezultatul procesului comunicaţional. Profesorul poate avea bune cunoştinţe despre un anumit domeniu, un timbru al vocii plăcut, cald, un ritm al vorbirii susţinut, poate fi apreciat de student şi interesat să găsescă termeni din vocabularul acestuia, dacă însă studentul nu citeşte nimic la disciplina respectivă, rezultatul nu va fi cel scontat.

Modelul propus de David K. Berlo, cu aplicabilitate directă în comunicarea interpersonală, presupune că există cinci elemente atât la nivelul emiţătorului cât şi la nivelul receptorului care afectează fidelitatea comunicării: competenţele comunicaţionale, cunoştinţele, sistemul social, cultura şi atitudinile.

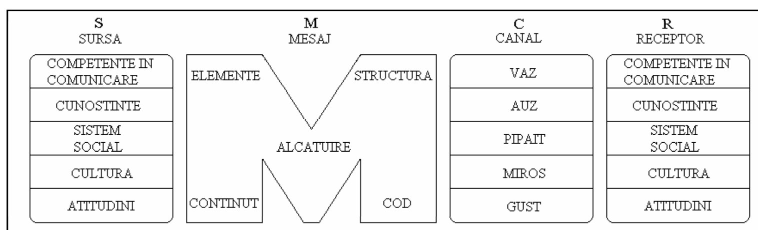


Fig. 1.9. Modelul comunicării propus de D.K. Berlo, 1960 (după T.D. Thomlinson, http://faculty.evansville.edu/dt4/301)

Competenţele comunicaţionale influenţează capacitatea emiţătorului de a-şi analiza propriile intenţii şi de a codifica mesajul, astfel încât să transmită ceea ce a intenţionat. Lipsa competenţelor comunicaţionale o detectăm adesea când vrem să transmitem un mesaj şi „nu ne găsim cuvintele“, sau simţim că „nu ajungem la auditoriu“. Ca receptori, competenţele

Modelul lui D.K. Berlo are în vedere atât conținutul mesajului, pe care emițătorul îl transmite, cât şi forma sa. Tratamentul mesajului constituie chiar îmbinarea dintre elementele de formă şi cele de conținut, selectând elementele codului care pot da mesajului semnificația dorită. Spre exemplu, redactând o felicitare vom alege un număr de cuvinte, un format, o anumită culoare pentru hârtie etc.

Deşi aplicabil în special pentru comunicarea didactică, modelul lui D.K. Berlo are meritul de a pune în centrul său competențele comunicaționale ale actorilor implicați în procesul comunicării – văzut ca un proces dinamic – şi de a atrage atenția asupra caracterului slab previzibil al comunicării. Cunoscând valoarea celor cinci factori menționați în model atât sursa, cât şi receptorul mesajului pot influența fidelitatea comunicării.

talentul şi care fac deliciul petrecerii cu ocazia căsătoriei. Iată un poem pe care l-am primit la rându-mi şi care s-ar putea traduce astfel: Promisiunea de a împărtăşi iubirea/ La bine şi la greu/ Asta înseamnă căsătoria/ În această zi cu lacrimi de bucurie/ Un viitor fericit să aveți împreună mereu.

Bruidspaar,
Te beloven om te delen
alle liefde voor elkaar
in voor in tegen
elk moment
verbindt het leven
van een paar
op deze blije dag
vol van vreugde tranen
heel veel liefde
en geluk
en een mooie toekomst
samen.

Ceea ce indivizii comunică este tributar sistemului socio-cultural din care fac parte, care determină alegerea codurilor de transmitere a mesajelor, formularea scopurilor în legătură cu mesajele transmise, semnificația diferitelor elemente ale mesajului, canalul utilizat şi interpretarea acestuia de către receptor. În societatea noastră, celebrarea zilei de naştere a unei persoane dragi este asociată cu obligația ca invitații să pregătească un cadou/cadouri. Darurile sunt, în general, lucruri pe care sărbătoritul şi le doreşte sau cele despre care invitații ştiu că i-ar face plăcere. Sărbătoritul s-ar simți jignit dacă prietenii i-ar dărui bani, cadoul fiind de fapt un mesaj că invitații s-au străduit să-i intuiască preferințele sau să-i împlinească o dorință. De aceea, dacă unul dintre invitați întreabă „Ce ți-ai dori de ziua ta?“ răspunsul sărbătoritului este aproape invariabil: „Nimic, nu ştiu“. Cineva crescut într-o astfel de societate ar putea fi uşor uimit când întrebând un olandez ce cadou îşi doreşte pentru ziua sa de naştere i s-ar răspunde „zece euro, pentru că strâng bani pentru o excursie“.

văzută ca o modalitate învățată de comunicare, asemenea limbajului scris sau verbal, care rezultă din însuşirea regulilor unei culturi specifice. Asemenea limbajului verbal, în care sunetele sunt grupate după reguli în cuvinte şi acestea – în structuri mai largi – după reguli morfologice, în cadrul limbajului nonverbal folosim „kineme" – sinonimul pentru semne/sunete, care se combină în „kinemorfe" – similar cu morfologia, pentru a conferi sens mesajului transmis.

Mai mulți lingvişti şi antropologi celebri (Ferdinard de Saussure, Franz Boas, Edward Sapir) s-au centrat pe analiza structurală a limbajului, creând premisele pentru abordarea structurală a comunicării. Ei au inițiat studiul regulilor fonetice, gramaticale, care leagă între ele simbolurile, analizând inclusiv cadrul în care aceste reguli iau naştere. Ray L. Birdwhistell s-a apropiat de modelul antropologiei lingvistice, în încercarea descifrării semnificației comportamentelor nonverbale, creând metode analogice de cercetare. În concepția sa, cercetarea kinezicii presupune identificarea unor elemente repetitive în ansamblul comportamental dinamic şi interactiv al indivizilor şi relevarea semnificației structurale a acestora, pentru întreg. Astfel, cercetarea implică mai multe stadii, în care elemente structurale din ce în ce mai largi îşi dovedeau, prin contrast, rolul în stabilirea semnificației întregului. Termenul de „semnificație" se referă, în concepția lui R.L. Birdwhistell, la „semnificația structurală" a unui element (în cazul nostru kinezic) pentru contextul structural de ansamblu. Vorbind despre kinestezie, R.L. Birdwhistell (1971, 43) se referea în primul rând la gesturi, ca formă de comunicare, susținând că „nici un gest nu este universal în importanță sau semnificație". Ficare gest dezvoltă un ansamblu de înțelesuri şi este imposibil de redactat un dicționar al gesturilor, după modelul celui lexical. Semnificația gesturilor este mult mai dependentă de context, decât cea a cuvintelor.

Însă, cele mai multe dintre cercetările care au plecat de la modelul teoretic structural, în sfera kinesteziei, s-au bazat pe date înregistrate care presupuneau lipsa cuvintelor sau a mesajelor scrise, deci fără a considera contextul în care mesajele

Capitolul 2

MARILE PARADIGME EXPLICATIVE ALE COMPORTAMENTULUI NONVERBAL

Cercetările în domeniul comunicării nonverbale reunesc un ansamblu de elemente comune, dincolo de care antropologia, lingvistica, sociologia, etologia, psihologia socială au adăugat perspective proprii. A adera la una dintre perspective este esențial pentru construirea unor explicații sistematice, iar cunoaşterea abordărilor concurente poate face ca acestea să aibă un caracter integrator.

Perspectiva structurală asupra comunicării nonverbale

Ray L. Birdwhistell (1970, 1971) şi Albert Scheflen (1973), printre cei mai cunoscuți teoreticieni ai perspectivei structurale, considerau comunicarea ca un sistem bine organizat, ce funcționează după reguli precise, asemenea limbajului: semnele se reunesc pentru a forma cuvinte, care la rându-le se organizează după reguli precise în propoziții, fraze etc. Din acest punct de vedere, cercetătorul are rolul de a cunoaşte regulile de organizare ale sistemului comunicațional.

Comunicarea poate fi văzută ca un sistem complex alcătuit din coduri interdependente care pot fi transmise de-a lungul tuturor canalelor senzoriale. Este un proces continuu, format din segmente care se suprapun, într-o organizare multisenzorială generată de elemente interactive. Nu numai vorbirea este organizată şi codificată, dar şi informația care se transmite prin celelalte canale (R.L. Birdwhistell, 1971, 38).

R.L. Birdwhistell (1970) a inventat termenul de „kinezică" pentru a descrie structura comunicării nonverbale, prin comparație cu cea verbală. Comunicarea nonverbală este

A şi aplecarea „în faţă“ a lui B pot fi din nou elemente structurale care susţin ipoteza incongruenţei.



Fig 2.1. Postura genunchi peste genunchi, exprimând incongruenţa posturilor

Datele care susţin prezenţa influenţei reciproce sunt, de obicei, statice. Adaptarea reciprocă se referă însă la un proces dinamic prin care partenerii răspund la schimbările de comportament ale celuilalt, în timpul interacţiunii. Măsurarea adaptării reciproce presupune înregistrarea comportamentului dinamic, de-a lungul timpului şi stabilirea unor secvenţe de analiză (J.N. Capella, 1997).

J. Burgoon, L.A. Stern şi L. Dillman (1995) includ în procesul adaptării reciproce şi procesul de influenţare, considerând că adaptarea reciprocă este procesul prin care indivizii „se ajustează“ la ceilalţi, incluzând aici elemente de sincronie şi disimilaritate de posturi, elemente de întreţinere a interesului celuilalt pentru interacţiune, aspecte privind potrivirea sau respingerea între parteneri. Adaptarea reciprocă este asociată unor rezultate pozitive ale comunicării interpersonale şi unor caracteristici specifice actorilor sociali implicaţi.

kinezice erau transmise. O abordare de acest tip presupune faptul că mesajul nonverbal este un substitut al celui verbal, un paralelism între cele două forme de comunicare.

Albert Scheflen (1973), adept al abordării structurale a comunicării, a introdus „analiza de context“ care presupunea (pe baza unor materiale filmate) identificarea elementelor nonverbale structurate în secvențe unitare ca semnificație. Folosind această metodă, A. Scheflen a analizat congruența posturilor în diferite situații de interacțiune. Congruența sau incongruența posturilor poate da seama despre calitatea interacțiunilor sociale: posturile similare semnifică relații de apropiere, atitudini similare ale emițătorului şi receptorului, pe când slaba congruență a posturilor poate semnifica divergențe de status sau atitudinale între actorii actului comunicațional (P. Bull, 2002).

Analiza congruenței posturilor a constituit un pas important în cercetarea coordonării comportamentului în cadrul comunicării interpersonale (R. Rosenthal *et al.,* 1987). Astfel, comunicarea se produce când comportamentul persoanei A afectează pe cel al persoanei B, determinând o coordonare a acțiunilor celor doi. Joseph N. Capella (1990, 1997) consideră că există două forme de coordonare a comportamentului indivizilor implicați în procesul comunicării: influența reciprocă şi adaptarea reciprocă. Influența reciprocă se referă la aspectele semnalate de A. Scheflen (1973): congruența posturilor, similaritate şi diferențiere (sau compensare) în comportamentele inițiate de interlocutori. Un exemplu facil al influenței reciproce îl observăm analizând conversația dintre A şi B, atunci când A adoptă postura genunchi peste genunchi (ca în Figura 2.1) şi, la scurt timp, B adoptă poziția similară. În limbajul lui A. Scheflen, aceasta ar semnifica statusuri egale şi relații de apropiere între cei doi subiecți din imagine. Şi totuşi, dacă privim imaginea de mai jos (pe care am ales-o oarecum aleator), observăm că posturile celor două femei (A şi B) nu sunt congruente, ci mai degrabă incongruente: A pune genunchiul stâng peste genunchiul drept şi B – genunchiul drept peste genunchiul stâng. Alte elemente ale posturii: relaxarea prin aplecarea „pe spate“ a lui

> Viitorul ştiinţific al acestei orientări este legat de deschiderile sale faţă de acţiunile, intenţiile şi conceptele pe care le exprimă: gestul, interacţiunea, simbolul şi înţelesul său, sinele care se construieşte în interacţiune cu ceilalţi, informaţia cu conotaţie simbolică, acomodarea, rolul, situaţia şi definirea situaţiei de către fiecare persoană etc. Sunt noţiuni care vor intra în patrimoniul sociologiei comunicării, constituind o direcţie majoră pentru studiul acestor domenii.

Încă de la celebra lucrare a lui George Herbert Mead, *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist* (1934, publicată postum), studiul comunicării s-a distanţat de abordarea structurală, accentul căzând pe interacţiunea dintre două persoane şi negocierea simbolică.

G.H. Mead (1863-1931) ia în considerare paradigma evoluţionistă, aflată în expansiune în acea perioadă, considerând că procesul evoluţionist nu caracterizează doar speciile, ci şi instituţiile şi societăţile, iar capacitatea fiinţelor umane de a utiliza simboluri este produsul ultim al evoluţiei. În plus, George Herbert Mead consideră că acţiunea umană este dominată de raţiune şi nu de elemente iraţionale sau non-raţionale, ca la Sigmund Freud sau Gustave Le Bon. Raţiunea domină judecăţile şi evaluările noastre, generate într-un context interacţional şi bazate pe limbaj, vorbire (P. Dobrescu şi A. Bârgăoanu, 2003[b], 61). Consider că interesul pentru paradigma evoluţionistă, ca şi pentru ideile Şcolii de la Chicago a revenit în ultimii ani în sociologia şi psihosociologia mondială. Lucarea de faţă, după cum se va vedea în continuare, reînvie paradigma evoluţionistă în explicarea comportamentelor umane, adoptând un punct de vedere diferit de cel al lui George Herbert Mead: există o raţionalitate (dar emoţională) chiar şi în comportamentele considerare iraţionale (vezi Capitolul 5).

G.H. Mead (1934/1967, 46) pune în centrul explicării societăţii ideea de cooperare, ca scop final al interacţiunilor dintre actorii sociali. Pentru autorul american, cooperarea interumană nu are un determinant biologic (ca în cazul celorlalte specii), ci este legată de interpretarea şi prezicerea comportamentului celuilalt, de decodificarea acestuia (deşi nu foloseşte în mod

Vom relua pe larg discuția despre rolul adaptării reciproce în Capitolul 3, unde voi analiza problema competenței în comunicarea nonverbală.

Perspectiva sociologică asupra comunicării nonverbale

Pornind de la modelul structural, sociologia pune în centrul analizei comunicării ideea de interacțiune socială.

Abordarea sociologică a comunicării este influențată de interacționismul simbolic inițiat de Herbert Blumer (1937, 1969), care pleacă de la ideea că, în relațiile cotidiene, există un proces de negociere prin care indivizii atribuie semnificații lumii în care trăiesc. Rolul contextului este definitoriu în procesul negocierii, indivizii atribuind semnificații lucrurilor, în funcție de raporturile cu acestea şi raporturile cu ceilalți indivizi (*apud* J. Lohisse, 2001/2002, 151).

> Interpretarea individuală a relațiilor sociale a luat forme dintre cele mai complexe în cadrul unor curente din sociologia americană, cum este interacționismul simbolic, care porneşte de la ideea că relațiile dintre « actori », interacțiunea oamenilor în cadrul activităților colective, constau în primul rând într-o înrâurire reciprocă, prin simboluri, semnificații şi interpretări. (I. Mihăilescu, 2003, 117-118).

Paul Dobrescu şi Alina Bârgăoanu (2003[b], 55) consideră interacționismul simbolic ca fiind una dintre cele mai importante contribuții ale Şcolii de la Chicago[1], în domeniul comunicării:

---

1 Şcoala de la Chicago s-a format la începutul secolului XX, în jurul departamentului de sociologie de la Universitatea Chicago, unde sociologia a cunoscut o dezvoltare fără precedent (100 dintre cele 1000 de cursuri universitare de sociologie se predau aici, din 1909) şi unde s-a editat pentru prima dată prestigioasa revistă americană *The American Journal of Sociology.* Printre reprezentanții de seamă ai Şcolii de la Chicago s-au numărat: William Thomas, George Herbert Mead, Albion Small, Robert E. Park, Ernest Burgess, Everett C. Huges, Herbert Blumer, Erving Goffman (*cf.* P. Dobrescu şi A. Bârgăoanu, 2003[a], 59).

> solicitând o mică favoare unor oameni care îşi aşteptau rândul pentru a folosi maşina de copiat a unei biblioteci. *Scuzați-mă, am cinci pagini de copiat. Îmi dați voie să folosesc maşina de copiat înaintea dumneavoastră? Vă rog asta deoarece sunt foarte grăbită.* Eficiența acestei solicitări însoțite de un motiv a fost aproape totală: 94% dintre cei întrebați i-au permis să treacă în față. Să comparăm acest proces de succes cu rezultatul obținut când ea a spus doar: *Scuzați-mă, am cinci pagini de copiat. Îmi dați voie să folosesc maşina de copiat?* În această situație, doar 60% dintre cei întrebați au aprobat solicitarea [...]. În loc să introducă un motiv rațional pentru a obține aprobarea, la cel de al treilea tip de solicitare a folosit cuvântul „deoarece" şi apoi, fără să adauge alte informații, a reafirmat doar un lucru evident: *Scuzați-mă, am cinci pagini. Îmi dați voie să folosesc maşina de copiat? Vă rog asta deoarece trebuie să fac nişte copii.* Rezultatul a fost că, din nou, aproape 90% au fost de acord deşi nu a fost adăugat niciun motiv rațional şi nicio informație nouă pentru a justifica acordul solicitat (R.B. Cialdini,1984/2004, 21).

Cercetările din domeniul cogniției sociale, dar şi cele etologice au arătat că, asemenea comportamentului animal, reacțiile comportamentale umane pot fi adesea previzibile, lucru speculat astăzi cu uşurință de lucrătorii din domeniul marketingului şi advertisingului. Aceasta nu înseamnă că nu există suficient loc de a explora imprevizibilul şi de a descoperi cum semnificațiile atribuite de interlocuri mesajului modelează reacțiile comportamentale ale acestora.

Unul dintre cei care au revoluționat perspectiva sociologică de abordare a comunicării nonverbale este fondatorul dramaturgiei sociale, Erving Goffman (1922-1982)[1]. E. Goffman a dezvoltat o teorie asupra modului în care indivizii se prezintă în interacțiunile cotidiene sub impactul provocărilor celorlalți şi a menținerii unei indentități pozitive (E. Goffman, 1959/2003). El susține că interacțiunea socială este marcată

1 Despre interacționalismul simbolic, Şcoala de la Chicago şi sociologia dramaturgică, o analiză detaliată prezintă Ilie Bădescu (1996).

expres termenul de „decodificare“)[1]. Ca şi structuraliştii, susține ideea unei adaptări reciproce, dar nu ca proces static, ci dinamic: comportamentul indivizilor se schimbă în funcție de semnificația asociată mesajului transmis. Dacă privim din nou Figura 2.1 – despre care am susținut că exprimă incongruență – şi adoptăm ideile lui G.H. Mead, atunci posturile lui A şi B pot fi interpretate ca fiind „congruente“ sau „incongruente“ numai dacă avem în vedere semnificațiile atribuite lor de interlocutori.

G.H. Mead susține ideea unei „conversații a gesturilor“, comună speciei umane cu celelalte specii, dar, în timp ce în cazul animalelor este vorba de reacții previzibile, statice, de tip stimul-răspuns, în cazul actorilor sociali avem de-a face cu reacții imprevizibile datorate interpretării diferite a gesturilor. Astfel, gestul purtător de semnificație este specific speciei umane, iar „gestul semnificativ“ devine acela care reuşeşte să antreneze semnificații similare pentru subiecții aflați în interacțiune, pentru că utilizează simbolurile semnificative pentru o anume comunitate. Un gest devine „relevant“ dacă subiecții, trecând succesiv din poziția de emițători în cea de receptori, îi atribuie aceeaşi semnificație (Paul Dobrescu şi Alina Bârgăoanu (2003[b], 61) .

Deşi sunt adeptă a ideii „conversației gesturilor“, nu împărtăşesc în totalitate punctul de vedere al lui G.H. Mead. Cercetări etologice moderne au pus în evidență existența unor reacții previzibile, statice şi în comportamentele umane, determinate de „semnale declanşatoare“ (R.B. Cialdini, 1984/2004, 17-27). Numite şi „modele fixe de acțiune“, ele sunt comportamente stereotipe, automate, declanşate de anumiți stimuli şi susținute de nevoia indivizilor de scurtături mentale. Preluăm un exemplu din Robert B. Cialdini, care citează un experiment condus de Ellen Langer (1978), la Universitatea Harvard:

> Oamenilor le place pur şi simplu să aibă un motiv pentru ceea ce fac. Langer a demonstrat acest fapt deloc surprinzător:

---

1 Această ideea o vom regăsi şi în modelul experimental propus în Capitolul 5 al acestei lucrări, deşi nu am părăsit ideea determinanților biologici în explicarea modalităților prin care indivizii decodifică tendința de a coopera a celor din jur.

pe sine într-o lumină favorabilă şi pentru a se asigura că nu există distorsiuni între faţa „oferită“ şi faţa „etalată“. E. Goffman prefigurează astfel termenul de „competenţe comunicaţionale“, care presupune tocmai adecvarea individului la context. Sociologul american face observaţia că un bun management al impresiei este strâns legat de o bună expresivitate şi de definiţiile pe care cei doi interlocutori (*encounters*) le dau situaţiei create. Actorul social, prin actul de comunicare, urmăreşte controlul reacţiilor celorlalţi faţă de prezenţa sa, devine un *performer*, a cărui activitate serveşte influenţării modului în care ceilalţi definesc o anume situaţie socială (G. Jderu, 2004).

> Astfel, când un individ se prezintă în faţa altora, va fi de obicei motivat să-şi mobilizeze activitatea astfel încât să le transmită impresia pe care este interesat să o transmită (E. Goffman, 1959/2003, 32).

Putem vorbi de gestionarea eficientă a impresiei de către individ, când acţiunile sale răspund unei cerinţe funcţionale a actului comunicaţional, nu doar când ceilalţi au recepţionat în mod corect, nedistorsionat expresia dorită de individ (ca în modelele comunicaţionale de tip transmisie), ci şi atunci când interlocutorii se poartă „ca şi cum“ actorul social ar fi transmis expresia dorită.

> În orice caz, în măsura în care ceilalţi acţionează *ca şi cum* individul ar fi transmis o anumită impresie, putem adopta o viziune pragmatică sau funcţională şi să spunem că individul a proiectat „eficient“ o definiţie anume şi a cultivat „eficient“ înţelegerea pe care o anume stare de fapt a determinat-o (*idem*, 34).

Poate marele merit al lui E. Goffman stă în descoperirea acestui „ca şi cum“ în procesul comunicării interpersonale. Când un individ încearcă să se prezinte într-o lumină favorabilă unui interlocutor, acesta din urmă poate alege să interpreteze mesajul aşa cum îi este oferit (sub rezerva că definirea situaţiei este aceea în care „se cunoaşte“ intenţia emiţătorului de a prezenta

de ritualitate, de un sistem de prescripții, specifice fiecărei culturi, care necesită a fi respectate şi performate pentru a asigura o bună comunicare. E. Goffman face astfel distincția dintre fața „oferită“ şi cea „etalată“, dintre expresiile actorului social şi impresiile auditoriului. „Fața“ se referă la „imaginea de sine definită în termenii aprobării sociale“, este valorizarea individului în termeni sociali (E. Goffman, 1967, 5).

> Expresivitatea individului (şi ca atare, capacitatea sa de a crea impresii) pare să implice două tipuri de activitate semiotică radical diferită: expresia pe care o *dă* şi expresia pe care o *transmite*. Prima se bazează pe simboluri verbale sau pe substitute ale acestora, folosite în mod declarat şi exclusiv cu scopul de a transmite informația pe care el şi ceilalți o ataşează convențional acestor simboluri. Aceasta este comunicarea în sens tradițional şi limitat. A doua activitate implică o gamă largă de acțiuni, pe care ceilalți le pot percepe ca simptomatice pentru actor, presupunerea lor fiind că acțiunea respectivă a fost efectuată pentru alte motive decât informațiile transmise astfel (E. Goffman, 1959/2003, 30-31).

Expresia „oferită“, folosind elemente verbale şi nonverbale, poartă semnificații împărtăşite, de la sine înțelese şi are valoare ritualică. Expresia „etalată“, generată în special de manifestări nonverbale, are scopul de a transmite informații suplimentare, tratate, de asemenea, ca intenționate şi pe baza cărora ceilalți îşi construiesc primele impresii. Fața „oferită“ şi cea „etalată“ nu oferă neapărat informații convergente, dar individul, într-un proces de „management al impresiei“, încearcă să producă interlocutorului o convergență între cele două expresii. Expresia etalată, susține E. Goffman (1959/2003, 32), este cea care scapă controlului voluntar, este adesea neintenționată şi puternic legată de context. Dar elementele „etalate“ sunt cele care validează elementele „oferite“ şi asigură credibilitatea impresiilor formate, la nivelul interlocutorului. E. Goffman are în vedere relația dintre elementele verbale şi cele nonverbale, analiza sa fiind centrată pe elementele nonverbale de gestionare a impresiilor.

Un management adecvat al impresiilor reuneşte ansamblul tehnicilor pe care individul le utilizează pentru a se menține

angajează, interacționează şi vrea să conserve acea definiție a situației care îi este favorabilă. Spre deosebire de actul teatral, actorul individual este un sine real ce se confruntă cu situații reale şi imprevizibile, pe care trebuie să le analizeze rapid şi eficient, întrucât de rezultatul interacțiunilor pe care le instituie depinde propria integritate (L. Văsceanu, 2003, 15).

Pentru E. Goffman, studiul modalităților de expresie, al „fețelor" este un prilej de analiză a regulilor de interacțiune socială. „Fețele sociale" sunt, în concepția sa, alese şi nu create, diferite roluri pot împrumuta aceeaşi „față", aceste modalități de expresie se instituționalizează, capătă caracter de ritual. „Când un actor social preia un rol social stabilit, el află, de obicei, că o anume față a fost deja repartizată pentru acesta. Mai mult, dacă individul îşi asumă o sarcină nu numai nouă, ci şi neinstituționalizată de către societate, sau dacă vrea să schimbe perspectiva din care este privită sarcina lui, este probabil să descopere că există deja mai multe fețe bine stabilite, dintre care trebuie să aleagă" (E. Goffman, 1959/2003, 55). Abordarea goffmaniană a comunicării analizează, în fapt, modul în care comportamentele verbale şi nonverbale contribuie la construirea şi menținerea ordinii sociale cotidiene. Orice act subordonat unei reguli sociale este un act de comunicare pentru că reprezintă o modalitate de reconfirmare a sinelui.

Modelul sociologic promovat de E. Goffman, cu accent pe valoarea interacțiunilor sociale în procesul de comunicare, a fost dezvoltat de elevul său Harvey Sacks (1964, 1965) în forma analizei conversaționale. Harvey Sacks, Emanuel A. Schegloff şi Gail Jefferson (1974) au impus tratarea conversațiilor cotidiene ca elemente de sine stătătoare care merită a fi studiate datorită faptului că reflectă organizarea socială. Fiecare detaliu al conversației prezintă o corespondență cu realitatea socială şi deci, nu poate fi considerat irelevant. Scopul analizelor conversaționale era reproducerea cât mai acurată a elementelor paralingvistice: tonalitatea vocii, timbrul, accentul, intensitatea vorbirii dar şi a structurii conversațiilor cotidiene. Desprinderea regulilor, *pattern*-urilor conversaționale, care aveau corespondență cu elemente de structură socială se baza

mesajul astfel încât să arunce o lumină favorabilă asupra sa), sau să analizeze un flux informațional paralel (în special nonverbal) asupra căruia inițiatorul mesajului are un control redus. Astfel, constată E. Goffman, comunicarea este asimetrică, atât timp cât emițătorul este conştient doar de un flux informațional, iar interlocutorii săi analizează şi fluxul informațional paralel. Şi totuşi, simetria comunicării se restabileşte când interlocutorii răspund „ca şi cum" ar accepta definiția situației dată de emițător, „ca şi cum" ar accepta interpretarea fluxului informațional propus de acesta: „Mai degrabă, fiecare participant îşi va reprima sentimentele reale imediate, transmițând o perpectivă asupra situației, despre care crede că ceilalți o vor găsi cel puțin temporar acceptabilă. Această menținere a unei suprafețe de înțelegere, acest consens superficial este facilitat de faptul că fiecare participant îşi ascunde dorințele proprii în spatele unor afirmații bazate pe valori la care toată lumea prezentă se simte obligată să adere" (E. Goffman, 1959/2003, 37).

Astfel, una dintre funcțiile importante ale comunicării ritualice este păstrarea aparențelor şi, ca urmare, păstrarea ordinii sociale. În interacțiunile sociale, indivizii tind să mențină atribute menite să redea o anume „față", care este instituțional susținută şi despre care ei cred că este moral sau propriu să o afişeze. Date fiind caracteristicile actorului social, limitările situației şi convenționalizarea tipului de interacțiune, există un număr limitat de „fețe" pe care individul le poate afişa. Cineva poate afişa o „față nepotrivită" când ceilalți îi transmit informații care arată că aceasta nu corespunde valorii sale sociale, sau cineva poate fi „lipsit de față", când indvidul nu ştie ce anume se aşteaptă de la el, în situația dată. Dar, ori de câte ori individul afişează o anume „față", îşi afirmă responsabilitatea de a menține o ordine expresivă, care este parte a ordinii sociale. Astfel, modul în care acționează „fețele afişate" de indivizi (*face-work*) se constituie în acțiuni de control al unor evenimente („incidente") care ar putea amenința ordinea socială (E. Goffman, 1967).

Intenția lui Goffman nu a fost de a teatraliza viața cotidiană, ci de a releva „structura întâlnirilor sociale" în care sinele se

rutier, dar şi în interviuri, întâlniri, dezbateri, ceremonii, conversații etc. – acestea din urmă fiind părți ale unui ansamblu pe care îl putem numi *speech exchange system*. *Turn-taking* este evident un tip de organizare socială, unul dintre acele aspecte care sunt implicate într-o paletă largă de activități (H. Sacks, E.A. Schegloff, G. Jefferson, 1974, 696).

Cercetările conduse de Michael Argyle (1990) au redeschis problematica „preluării rândului", din perspectiva comunicării nonverbale, subliniind că aceste treceri de la un interlocutor la altul sunt semnalate de inflexiuni ale vocii, în special prin accentuarea anumitor cuvinte şi prin schimbarea direcției şi intensității privirii. Încă de la vârsta de şase luni, copilul mic se conformează normei „aşteptării rândului", tace când mama sa vorbeşte, iar la vârsta de un an copilul învață succesiunea secvențelor de comunicare şi inițiază el însuşi procesul. Dacă părinții îl antrenează în jocuri care folosesc procesul de *turn-taking*, copilul mic va interioriza nomele specifice, utilizând inclusiv semnalele nonverbale corespunzătoare, aspecte care îl vor ajuta, mai târziu, în acțiuni ce reclamă reciprocitate şi cooperare (M. Argyle, 1990, 298).

H. Sacks şi E.A. Schegloff au realizat cu precădere înregistrări ale conversațiilor derulate în cadre instituționale: grupuri de terapie, centre de prevenire a actelor de sinucidere, fără a lua în considerare contextul social, iar G. Jefferson s-a centrat pe conversații obişnuite între egali. Pe lângă identificarea structurilor conversaționale fundamentale, H. Sacks şi colaboratorii erau interesați de organizarea cunoştințelor în cadrul conversației, observând că indivizii îşi organizează informațiile în termeni de categorii, relativ la sine (*membership categorization analysis*). Unor activități, spre exemplu „a plânge", le sunt asociate automat anumite categorii – „copil". În conversațiile cotidiene, indivizii utilizează categoriile după principiul economiei (categoria cea mai relevantă) şi al consistenței (atribuirea unei categorii se face împreună cu a altora relaționate). Spre exemplu, dacă se descrie o situație legată de un examen, cineva poate fi identificat ca „profesor", deşi ar fi putut fi identificat şi ca „bărbat" sau „tânăr". Mai mult, odată

pe atenția acordată detaliilor (P. Bull, 2002). Utilizarea materialelor audio-video devenea astfel necesară.

> Conversația este organizată social, nu numai sub raportul cine cui se adresează și în ce limbă, dar sub forma unui mic sistem mutual consimțit și guvernat ritualic prin acțiuni de tipul *face-to-face.* Când indivizii se antrenează reciproc într-un act conversațional, se instituie reguli care arată când un interlocutor poate interveni și când lasă locul celuilalt, indicii care îi dau stabilitate vorbitorului asupra momentelor în care acesta se bucură de atenția celorlalți (H. Sacks, E.A. Schegloff, G. Jefferson, 1974, 697).

H. Sacks și colaboratorii săi susțin că analiza conversațională trebuie să distingă elementele care nu sunt dependente de context (*context-free*) și care structurează pe cele contextuale (*context-sensitive*). Rolul contextului în analiza comunicării nu este negat, dar analistul trebuie să identifice structurile care au semnificație *per se* și care definesc cum și unde se pot manifesta elementele de context – „particularitățile contextului sunt expuse în moduri și locuri sistematic organizate și sunt orchestrate de organizările care nu depind de context“ (H. Sacks *et al.*, 1974, 699). Conform celor trei cercetători, un astfel de element independent de context, în cadrul conversației, este „rândul“ (*turn-taking*). Conversația dintre indivizi (în grupurile mici) ia forma unei structuri sociale, organizată astfel încât fiecare intervine „când îi vine rândul“. Deși conversația este un act care se desfășoară între actori cu individualități și potențialități diferite, există elemente cu un nivel ridicat de generalizare și abstractizare, care pot constitui fome de bază ale actului conversațional. În fapt, adepții acestui curent au încercat să desprindă structuri fundamentale ale conversației, valabile indiferent de timp și spațiu, independent de personalitatea actorilor implicați. Analiza procesului de *turn-taking* este un exemplu al unei astfel de structuri de bază în actul conversațional.

> *Turn-taking* este un element întâlnit în mutările pe care indivizii le fac atunci când joacă jocuri („e rândul tău“), atunci când este alocată puterea politică, în regulamentele privind traficul

indivizii sunt preocupați să-şi organizeze acțiunile sociale în aşa fel încât sensul acestora să fie clar pentu cei cu care interacționează. Analiza comunicării presupune, în acest sens, analiza „relatărilor“ (*to account* = lb. eng. *a relata*) pe care indivizii le realizează în contexte diferite. Dacă, spre exemplu, indivizii stau la rând în fața unui ghişeu, există elemente nonverbale care „relatează“ despre aceasta: probabil mărirea dimensiunilor corpului (ocuparea teritoriului), depărtarea uşoară a picioarelor şi postura orientată frontal către ghişeu, păstrarea unor distanțe aproximativ egale între ceilalți din rând, care sunt completate de elemente verbale menite să asigure că „relatările“ nonverbale sunt corecte: „Sunteți ultima persoană?“, „Acesta este rândul pentru....?“

„Prin intermediul limbajului interacțiunii actorii descriu socialul şi, în acelaşi timp, îl construiesc“ (J. Lohisse, 2001/2002, 158). H. Garfinkel afirmă, de asemenea, că anumite acțiuni sociale sunt „reflexive“ – devin autoexplicative. Devenim conştienți de valoarea reflexivă a practicilor cotidiene când „se comunică“ prin ele însele, în contextul dat. Dacă indivizii care stau la rând în fața unui ghişeu „au relatat“ destul de bine statutul lor: prin poziționarea corpului, păstrarea distanțelor, dar şi prin elemente situaționale (ex. dacă se cunoştea faptul că există în zonă o casă de bilete şi că de obicei sunt persoane „la rând“ în fața casei respective de bilete) probabil o întrebare de tipul „Aici este rândul pentru.....?“ se opune principiului reflexivității acestei practici cotidiene şi va fi sancționată ca atare: „Dar dvs. ce credeați...?“.

> Studiile de etnometodologie analizează activitățile zilnice şi metodele utilizate de membrii colectivității pentru a face aceste activități vizibile, raționale şi explicative pentru toate scopurile practice, *descriptive*, ca organizări ale vieții cotidiene (H. Garfinkel, 1967: VII).

Rolul contextului în acțiunile cotidiene ale membrilor colectivității (H. Garfinkel a utilizat termenul de „membru“ şi nu „individ“ tocmai pentru a sugera că nu persoana cu interesele, aspirațiile, emoțiile sale este cea care interesează pe

identificată categoria „profesor“, ceilalți devin „studenți“, „absolvenți“ etc. (*apud* P. Ten Have, 2004, 13).

Analizele dezvoltate de Harvey Sacks şi colaboratorii săi au fost criticate pentru că s-au bazat exclusiv pe materiale înregistrate audio pierzând din vedere elementele nonverbale accesibile canalului vizual: gesturi, posturi, expresii faciale. Analiza conversațională a fost influențată de perspectiva etnometodologică, fiind, după unii autori, un exemplu al etnometodologiei (P. Ten Have, 2004). Aceasta şi datorită faptului că H. Sacks a colaborat îndeaproape cu H. Garfinkel, fiind influențat de studiile acestuia de etnometodologie publicate în 1967.

Etnometodologia, inițiată de Harold Garfinkel şi continuată de Edward Rose şi Aaron Cicourel, a contribuit, de asemenea, la studiul comunicării ca proces, încercând să explice „modurile prin care membrii colectivității crează şi mențin un sens al ordinii şi înțelegerii vieții sociale“ (P. Ten Have, 2004, 14). Dacă sociologia clasică, durkheimistă urmărea explicarea faptelor sociale, etnometodologia şi-a propus să explice cum acestea iau naştere. Spre deosebire de analiza conversațională, H. Garfinkel (1967) are în vedere contextul social în explicarea comunicării obişnuite, a procedeelor de care uzează actorii sociali pentru a rezolva problemele de comunicare din viața de zi cu zi.

H. Garfinkel preia conceptul weberian de „înțelegere“, ca proces rațional de reconstrucție a sensului acțiunilor sociale, în termenii ideal-tipurilor, promovând o ştiință a simțului comun, puternic legată de factori contextuali.

> Etnometodologia nu este un mod de a interpreta semnele. Nu are scop interpretativ. Practicile locale, încetățenite nu sunt texte care au anumite înțelesuri sau evenimente. Acestea sunt, în detalii, reprezentative pentru ele însele şi nu pentru altceva. Detaliile pe care le putem desprinde din practicile cotidiene constituie însăşi realitatea acestora. Practicile cotidiene trebuie studiate prin detaliile intrinseci şi nu ca simboluri (H. Garfinkel, 1996, 8)

Termenul weberian de „înțelegere“ (*verstehen*) este înlocuit cu cel de descriptibilitate (*accountability)*, care arată că

> şi răspundem "ca să prindă şoareci", aceasta nu e decât o formă prescurtată a întrebării: "ce performanţă necesară menţinerii speciei a dus la forma îndoită a ghearelor pisicii?" (K. Lorenz, 1973/2006, 10)

Mărirea dimensiunii corpului şi folosirea ameninţătoare a unor obiecte este caracteristică primatelor la întâlnirea cu un congener, care poate constitui un posibil rival sau o posibilă ameninţare pentru propriul teritoriu. Funcţia acestui comportament este aceea de a proteja specia respectivă prin reducerea riscurilor de rănire gravă sau uciderea congenerilor. Un comportament similar poate fi observat şi la întâlnirea dintre două triburi primitive rivale: bărbaţii poartă măşti sau sunt vopsiţi pe faţă în culori vii, agitând, în acelaşi timp, suliţe pentru a crea senzaţia de putere în cazul unui posibil atac (D. Morris, 1967/1991). Acest timp de comportament şi-a pierdut funcţia iniţială, s-a ritualizat, îndeplinind azi un rol simbolic: şi în prezent vizita unor şefi de stat este marcată de corpuri militare de elită care prezintă onorurile, trag salve de tun, cel mai adesea în uniforme viu colorate. Potrivit etologiei, acest comportament nu mai răspunde unei cerinţe funcţionale reale a sistemului (respectiv ameninţarea rivalului), însă nu s-a pierdut, transformându-se într-un joc ritual cu funcţii de comunicare evident diferite.

În acelaşi timp, întâlnirea dintre doi posibili rivali este acompaniată de semnale de liniştire a adversarului, care îndeplinesc aceeaşi funcţie: evitarea conflictului direct, fizic şi implicit, a rănirii. Dacă semnalele nonverbale iniţiale sunt cele specifice dominanţei, cele de liniştire a adversarului sunt tipice posturii de submisivitate: capul în jos, umerii aduşi în faţă, micşorarea dimensiunii corpului. Astfel, în exemplul comentat anterior, întâlnirea a două triburi rivale este însoţită adesea de prezenţa copiilor şi femeilor, împinşi în faţă ca gest de liniştire şi de submisivitate (I. Eibl-Eiblsfeldt, 1984/1995). Şi nu de puţine ori, în societatea modernă, înalţii demnitari, când întreprind vizite oficiale, sunt întâmpinaţi de copii. Din nou comportamentul s-a ritualizat, marcând funcţia fatică a comunicării.

etnometodolog, ci rolul acestuia în a crea ordinea socială a interacțiunilor cotidiene) este redat foarte bine de conceptul de „indexicalitate“. Pentru a avea sens, gesturile membrilor colectivității, cuvintele, acțiunile lor trebuiesc indexate unei anume situații, unui context (J. Lohisse, 2001/2002, 157). Semnificația practicilor cotidiene poate fi reflexivă (de la sine înțeleasă), dar sensul complet este „indexat“, relativ la situația în care au loc. Sensul lor ni se dezvăluie când se produc, iar sarcina etnometodologului este aceea de a le reduce incompletitudinea prin examinarea în situație.

Deşi a pornit de la ideea desprinderii regulilor de interacțiune ale practicilor cotidiene, explicațiile etnometodologiei s-au legat puternic de context, sugerând faptul că aceste practici sunt intim legate de ocaziile care le provoacă. Mai mult, H. Garfinkel (1996) arată că pentru a studia anumite acțiuni cotidiene, etnometodologul trebuie să-şi dezvolte competențe legate de acțiunile în cauză.

Aspecte etologice ale comunicării nonverbale

Analiza comunicării a lăsat în plan secundar studiul modalităților nonverbale de relaționare, care apropie specia umană de reprezentanții altor specii. Totuşi, aceste elemente „primitive“ le regăsim în orice act comunicațional uman, având funcții adaptativ-reglatorii bine determinate.

Etologii pornesc de la ideea că orice comportament răspunde unor necesități funcțional-adaptative, în afara cărora ar dispărea pur şi simplu în procesul evoluției sau ar juca un rol simbolic în existența umană.

> Existența unor structuri şi funcții care s-au dezvoltat prin adaptare e caracteristică ființelor vii, în lumea anorganică neexistând ceva similar. Acest fapt pune cercetătorul în fața unei întrebări pe care fizicianul şi chimistul nu o cunosc. E vorba de întrebarea “pentru ce?“ Când biologul întreabă astfel, el nu cauta o tălmăcire teologică a sensului, ci, mai modest, doar acea performanță a unei caracteristici care asigură supraviețuirea speciei. Dacă întrebăm pentru ce pisica are ghearele îndoite

anterior, întâlnirea dintre rivali potențiali atât la primate, cât şi în societățile umane era însoțită de elemente de dominare şi de elemente de submisivitate şi liniştire, ambele servind aceleaşi necesități funcționale a sistemului: perpetuarea speciei prin evitarea contactelor fizice violente. Ambivalența semnalelor în cadrul procesului comunicării este de natură să asigure un echilibru între previzibilitatea şi imprevizibilitatea mesajului. Evitarea contactelor puternic agresive şi păstrarea ierahiei nu sunt singurele situații în care întâlnim mesaje cu un caracter ambivalent. Irinäus Eibl-Eiblsfeldt (1984/1995) remarca faptul că flirtul, ca modalitate de interacțiune cu un posibil partener, se desfăşoară după aceleaşi reguli ale ambiguității mesajelor, format din semnale de încurajare şi respingere, distribuite succesiv în secvențe care nu capătă semnificație decât în ansamblu. Irinäus Eibl-Eiblsfeldt susține că flirtul este un act comunicațional universal, care urmăreşte aceleaşi secvențe indiferent de cultură, îndeplinind aceeaşi cerință funcțională: găsirea unui partener şi perpetuarea speciei.

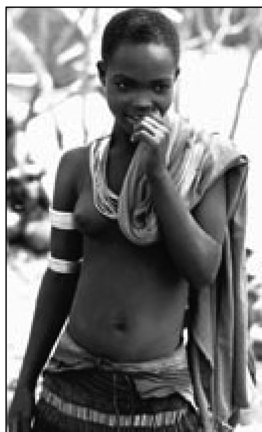


Fig. 2.3. Flirt. Femeie din tribul Bana (Etiopia)



Fig. 2.4. Bărbia uşor peste umăr – gest feminin tipic pentru flirt

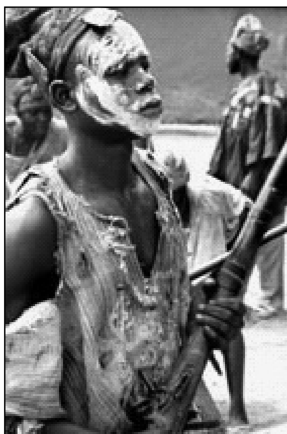


Fig. 2.2.a. Dans al vânătorilor din tribul Dogori, Vestul Africii



Fig. 2.2.b. Vizita la Bucureşti a primului ministru al Finlandei, Matt Vanhanen (12.04.2005)

„A te face mic“ este o expresie des utlizată în limbajul comun, mai ales în societățile puternic ierarhice. Îngenuncherea în fața autorității, ca gest de submisivitate, a însoțit, de-a lungul timpului, transformarea ierarhică a societății. Gestul îngenuncherii, care servea unei necesități adaptative într-o societate tiranică, constrângătoare, s-a pierdut sau a fost transformat în element cu funcții simbolice, odată cu democratizarea societății moderne.

De la îngenuncherea pe ambii genunchi s-a trecut la îngenuncherea pe un singur genunchi, apoi la un gest simplificat, îndoirea unui genunchi. Obiceiul de a saluta astfel era frecvent la japonezi şi la chinezi, iar la europeni reprezenta un salut politicos adresat atât femeilor cât şi bărbaților. La japonezi şi chinezi, îndoirea unui genunchi era înlocuită cu îngenuncherea pe un singur genunchi, atunci când trebuia exprimată o atitudine de mare respect față de persoana salutată (M. Pietreanu, 1984, 47).

Etologia pune în evidență acte comunicaționale care conțin elemente contradictorii ca semnificație. După cum am semnalat

în acelaşi mod faţă de acesta ca şi faţă de mamă, urmându-l pretutindeni. Această orientare spre primul obiect mobil are loc într-o perioadă critică (în primele 36 de ore), când individul trebuie să comunice cu alţii din cadrul aceleaşi specii. Dacă stimularea exterioară nu este suficientă, însuşirea codurilor fundamentale pentru integrarea corespunzătoare a individului în grupul său nu se realizează, perturbând ireversibil comportamentul său.

În cadrul fiecărei specii, vorbim de „declanşatori comportamentali“, semnale care se articulează şi coordonează comportamente: forme, culori, mirosuri, mişcări, determinând un anume răspuns din partea congenerilor. În acelaşi mod, indivizii umani uzează de declanşatori sociali cu funcţie expresivă, cu rol în activarea comportamentului sexual: femeile poartă tocuri pentru a ieşi în evidenţă, iar bărbaţii aleg haine care le accentuează mărimea pieptului şi umerilor. Declanşatorii de natură olfactivă, care, în lumea animală, favorizează recunoaşterea, apărarea, gruparea, orientarea în spaţiu şi identificarea partenerilor sexuali, joacă un rol important şi în cadrul speciei umane. Mirosul este unul dintre cele mai adaptabile simţuri, ne obişnuim cu mirosul propriului corp, iar sensibilitatea olfactivă se restabileşte rapid, când stimulul odorific dispare. Civilizarea speciei umane însă a însemnat plasarea mirosului într-un loc secundar faţă de celelalte simţuri, în ciuda capacităţii sale adaptative. Utilizarea plantelor aromate, a parfumurilor, cremelor de corp etc. serveşte încercărilor indivizilor de a-şi ascunde mirosul propriului corp.

Există, de asemenea, la toate grupele de animale în care relaţiile sociale sunt diferenţiate, un sistem de semnale rituale care permit fiecăruia să stabilească şi să menţină relaţii între membrii grupului şi să evite conflictele (D. Morris, 1963/1991). Există gesturi, posturi, mimici care sunt utilizate pentru a declanşa supunerea sau oponenţa faţă de congeneri. H.R. Bauer (1979) a identificat 15 faze succesive într-un comportament de afiliere a unui cimpanzeu adult faţă de un congener de rang superior. Gesturi, posturi submisive sau dimpotrivă de subliniere a statusului regăsim şi în viaţa de zi

Eibl-Eiblsfeldt foloseşte termenul de „modele fixe de comportament“ pentru a denumi aceste universalii umane, care îşi păstrează elementele componente şi semnificația indiferent de context. Un asemenea model fix de comportament este ilustrat de cercetătorul german şi în relația afectivă mamă – copil. Prezentăm mai jos fotografiile realizate de I. Eibl-Eiblsfeldt unei femei din tribul Himba (sud-vestul Africii, Namibia). Femeia are o mişcare rapidă a sprâncenelor (în trecerea de la o secvență la alta), concomitent cu modificarea dimensiunii pupilelor. Trebuie doar să urmărim reacțiile unei mame din societățile civilizate, față de copilul ei, pentru a vedea succesiunea aceloraşi secvențe comportamentale.



Fig. 2.5. Femeie şi copil din tribul Himba (după Irinäus Eibl-Eiblsfeldt, 1990, http://www.erl.orn.mpg.de)

Transmiterea mesajului în lumea animală este strict legată de emițător şi de situația care a declanşat comunicarea. O albină indică celorlalte prezența hranei executând mişcări specifice. Dacă hrana este aproape, albina realizează mişcări circulare, iar dacă hrana este la o depărtare de peste 50 m, mişcările sale constituie două curbe ferme ce se finalizează cu o mişcare în linie dreaptă. Mişcările albinei oferă informații despre direcția hranei, cantitatea şi natura hranei. Codul este comun speciei, însă procesele de codificare şi decodificare nu sunt doar fixate ereditar, ci suportă şi un proces de învățare, la speciile evoluate (K. Lorenz, 1963/2005). Astfel, puii de cufundac sălbatic, crescuți de experimentator, s-au comportat

semnale sexuale concomitent celor doi masculi. Un macac se poate apropia de un altul de rang superior, însoțit de un congener foarte tânăr care să inhibe agresivitatea superiorului (S.A. Altmann, 1967/1982).

În procesul comunicării se constată „efectul audienței“, în sensul că prezența sau absența unui auditoriu influențează inițiatorul mesajului. Cocoşul spre exemplu, semnalând prezența unui prădător emite strigăte mai puțin intense când este singur decât atunci când se află în prezența unor congeneri. La vederea hranei, un cocoş emite sunete pentru a atrage femelele. Frecvența sunetelor este proporțională cu interesul pe care îl prezintă hrana (este aproape nulă dacă obiectul nu este comestibil). Dacă femelele sunt prezente, sunetele se intensifică şi dispar dacă în apropiere este un mascul. În acest sens, menționăm importanța paradigmei facilitării sociale, evidențiată experimental de către Norman Triplett (1898): capacitatea indivizilor de a performa superior sarcini simple, când sunt în prezența unui auditoriu (unor indivizi care îi observă sau îi evaluează). Dacă sarcina este însă complexă, se produce inhibarea socială, prezența auditoriului generând scăderea performanței. Aşadar, putem afirma că atunci când mesajul este simplu, învățat de către individ, prezența celorlalți poate stimula transmiterea lui eficientă.

În mod similar, agronomul francez Max Ringelmann (1880) a identificat fenomenul „frânării sociale“ (*social loafing*): acela conform căruia indivizii depun mai puțin efort pentru sarcinile simple, când se află în grup decât atunci când performează sarcini similare singuri. Pentru sarcini complexe grupul facilitează însă performanțe superioare. Astfel, aflați împreună, indivizii trag o frânghie cu o forță inferioară situației în care ar fi fost dispuşi singuri, fiecare „bazându-se pe celălalt“ în finalizarea sarcinii (S. Chelcea, 2002, 17).

Fenomenul „frânării“ a fost pus în evidență de M. Ringelmann şi la animale: forța unui cal care trage singur este superioară forței sale când este dispus „împreună“ cu alți congeneri. Putem spune că atunci când transmiterea mesajului simplu, învățat este realizată împreună cu alții, individul depune un

cu zi: a da mâna cu cineva sau înclinarea capului pentru salut par să răspundă aceloraşi principii observate în lumea animală. Analiza comportamentelor copiilor de vârstă preşcolară poate surprinde astfel de reacţii nonverbale universale. Comunicarea între doi copii cu vârste de aproximativ doi ani arată o succesiune de manifestări social-pozitive (acceptare, curiozitate), dar şi social-negative (evitare, refuz). Interiorizarea modelelor de comunicare nonverbală explică intuiția surprinzătoare pe care copiii o au față de stările efective ale adulților, remarcând cu uşurință dacă adulții sunt trişti, bucuroşi sau tensionați.

Putem considera comunicarea animală ca fiind rigidă, stereotipă, ca răspuns fix la stimuli determinați, în timp ce limbajul uman – suplu, spontan, creativ. Însă reglarea mesajului şi modificarea lui în funcție de *feedback*-ul receptorului este comună comunicării verbale şi celei nonverbale. Dacă un adult nu răspunde unui copil aflat în imposibilitatea de a se deplasa, chemarea se va intensifica, vocea va căpăta o intensitate superioară, trăsăturile feței se vor modifica, sprâncenele se vor dispune oblic, forțând reacțiile adultului. În acelaşi mod, expresiile de frică ale unei pisici se modifică în funcție de comportamentul unui intrus (S.A. Altmann, 1967/1982).

Mesajul nonverbal poartă de obicei o adresă, care poate fi specificată prin restricţii datorate canalului de comunicare (vorbirea în şoaptă, utilizarea atingerilor, utilizarea unui cod de comunicare secret (cunoscut doar de emițător şi receptor) sau orientarea privirii spre receptor. Direcționarea mesajului este comună comunicării umane şi animale. În cadrul ritualului de împerechere, un cimpanzeu-femelă îşi orientează partea posterioară a corpului către mascul, combinând aceste mişcări cu direcționarea privirii. Macacul descrie un semicerc în jurul instrusului pentru a delimita prezența acestuia în grup, însoțindu-şi mişcările de strigăte specifice. De asemenea, se constată, în rândul primatelor, modalități de interacțiune tripartită: trei indivizi angajați simultan în transmiterea unui mesaj. Cu alte cuvinte, mesajul poate fi transmis cu autorul unui „intermediar“. O femelă poate provoca atacul unui mascul față de un oponent de rang inferior ei, trimițând

metodologic". Relaționismul acceptă atât punctele de vedere ale individualismului metodologic cât şi ale holismului, considerând că aceste două abordări nu se exclud reciproc, dar nici nu sunt comprehensive. Ca urmare, relativismul metodologic acceptă ideea că indivizii sunt elemente centrale ale structurii sociale, dar susține că structurile sociale (grupuri, organizații, mulțimi) sunt altceva decât suma simplă a indivizilor componenți, argumentând că explicațiile fenomenelor sociale trebuie să aibă în vedere relațiile dintre indivizi sau dintre aceştia şi structurile sociale cărora aparțin, atât cele reale cât şi cele percepute.

> Astfel, dacă dorim într-adevăr să explicăm comportamentul unui individ, trebuie să-l relaționăm cu alții relevanți şi să îl integrăm în contextul grupului sau legăturilor sociale mai largi din care face parte. Dacă vrem să explicăm fenomene de grup, trebuie să luăm în considerare relațiile dintre indivizi în cadrul grupului dar şi relațiile dintre grup şi societate ca întreg. [...] Relaționiştii sunt preocupați atât de formele relaționale subiective (culturale, psihologice) cât şi de cele obiective (comportamentale, structurale) dar şi de cele care presupun forme mixte de elemente subiective şi obiective (G. Ritzer şi P. Gidoff, 1992, 132).

Rolul contextului în procesul comunicării reprezintă o preocupare modernă a teoreticienilor, fiind neglijat în modelele de tipul codificare-decodificare, pe care le-am prezentat anterior. Dacă cercetările în domeniul comunicării s-au oprit inițial la identificarea unor *pattern*-uri comune, universalii umane, transculturale şi trans-situaționale, studiile moderne dezvoltă explicații relativ la contextul social în care are loc procesul comunicațional.

Deşi multe dintre cercetările moderne amintesc importanța contextului social în analiza şi interpretarea rezultatelor, puține oferă definiții sistematice ale contextului social. Mai mult, sfera de cuprindere a acestui concept se dovedeşte a fi atât de largă, încât definiția sa pare implicită.

Tom Nicolai, Eiko Yocki, Nils Behrems şi Holger Kenn (2006), cercetători la Universitatea din Bremen, consideră

efort minim. Dacă ne aflăm la o zi onomastică şi, conform tradiţiei, trebuie să cântăm cu toţii „La mulţi ani“ sărbătoritului, intensitatea vocii fiecăruia dintre noi se va diminua progresiv, până nu se vor mai auzi decât slabe bânguieli ale cântecului iniţial. Frânarea socială s-a produs.

Specificul abordării psihosociologice a comunicării nonverbale: contextul social.

Specificul psihologiei sociale este de a releva aspecte ale comportamentului uman în context social – „cum creează oamenii ordinea socială şi cum le influenţează ordinea socială creată de ei comportamentul în viaţa de zi cu zi“ (S. Chelcea, 2006, 17). Din acest punct de vedere, în procesul comunicării, accentul cade pe relaţiile dintre emiţător şi receptor, atât cele reale cât şi cele imaginare. Anticiparea reacţiilor celuilalt, acordarea de semnificaţii mesajului transmis, dar şi previzibilitatea mesajului sunt strâns legate de relaţiile care se stabilesc între componentele procesului comunicaţional, adică ceea ce numim generic „context social“.

> Relaţiile interpersonale apar ca tipuri de interacţiuni între indivizi, în urma cărora se realizează un schimb, o „înţelegere“ între două sau mai multe persoane [...]. Obiectul schimbului poate fi de mai multe tipuri: informaţii, obiecte materiale (bunuri), activităţi, suport psihologic afectiv, sentimente etc.“ (E. Zamfir, 1997, 184).

După cum remarcă George Ritzer şi Pamela Gindoff (1992), relaţionismul metodologic este specificul psihosociologiei, ca metateorie, din care se dezvoltă cele mai multe dintre explicaţiile fenomenelor sociale. Deşi explicaţiile avansate în domeniul psihosociologiei se pot distribui pe un continuum de la individualism la holism metodologic, capacitatea integrativă a psihologiei sociale constă în gruparea celor mai multe dintre explicaţii spre mijlocul acestui continuum, pe care George Ritzer şi Pamela Gidoff îl numesc „relaţionism

În ce priveşte „structura socială"[1], P. Hartley se referă la norme formale şi informale care definesc o anume situație şi la relațiile care se stabilesc între diferitele unități sociale (indivizi, grupuri etc.), care fac parte din situația analizată.

Ce rol joacă fiecare dintre aceste componente în analiza şi interpretarea diferitelor situații care pot fi circumscrise procesului de comunicare nonverbală? Dacă ne gândim la mediul fizic, răspunsul poate veni aproape imediat. Cu toții am intrat pentru prima dată în camera unei persoane puțin cunoscute şi ne-am întors gândind că „este o persoană ordonată sau nu", „are bun gust sau dimpotrivă", „îi plac lucrurile extravagante sau simple", „citeşte mult sau ascultă muzică", informații care ne-au structurat ulterior modul de raportare la respectiva persoană.

P. Hartley (1993/2001, 82) arată că mediul fizic poate avea influențe mult mai subtile asupra noastră, citând un experiment în care subiecții au evaluat diferit aceleaşi fotografii, în funcție de încăperea în care se aflau (frumos aranjată sau nu). Într-un studiu similar despre emoții si atracție, D.L. Hamilton, L.B. Katz şi V.O. Leirer (1980) au analizat genurile muzicale preferate de studentele americane şi impactul acestora asupra formării primelor impresii. Rock-ul era genul cel mai apreciat la acea dată, în timp ce muzica clasică se asculta mai puțin. Când studentele din eşantion au fost rugate să evalueze fotografiile unor bărbați, evaluările au fost mai pozitive pe fundalul muzicii rock decât pe fundalul muzicii clasice, subliniind importanța mediului fizic în structurarea impresiilor despre ceilalți actori sociali.

Alături de mediul fizic, mediul social intră în sfera noțiunii de „context social". Rolul celorlalți în definirea în special a situațiilor noi, neprevăzute sau ambigui, a fost relevat de o serie de experimente în perioada clasică a psihologiei sociale (S. Schachter, 1959; Ph. Zimbardo, 1961, 1963). Astfel,

---

1 Aici trebuie precizat că termenul „structură socială" este definit în sociologie prin raportare la relațiile dintre elementele componente ale unui sistem social (indivizi, grupuri, organizații, comunități, societăți) şi distribuția resurselor în cadrul acestuia (vezi, I. Mărginean, 1989; Gh. Geană, 1993; A.G. Johnson, 1995/2007).

că în sfera termenului de „context social" intră: (1) rolurile persoanelor aflate în apropierea noastră şi (2) situaţiile sociale, înţelese ca mediul în care o persoană trăieşte şi care facilitează sau inhibă schimbul de informaţii. Definiţia este vagă şi aproape circulară, autorii nespecificând rolul elementelor componente ale contextului social în procesul comunicării.

Peter Hartley (1993/2001) este unul dintre puţinii autori moderni care discută semnificaţia termenului de „context social", elementele care intră în componenţa sa şi cum anume interacţionează aceste elemente în producerea unor explicaţii privind aspecte ale comunicării interpersonale. Autorul american identifică „mediul" şi „structura socială", ca principale elemente componente ale noţiunii de „context social". Termenul de „mediu" se referă la obiecte şi elemente fizice care ne înconjoară (lumină, căldură, mobilier, culori etc.), dar şi la elemente sociale care pot stimula sau inhiba comportamentul nostru (existenţa sau perceperea existenţei în jurul nostru a unor persoane suportive, optimiste sau, dimpotrivă, a unora autoritare, pesimiste).

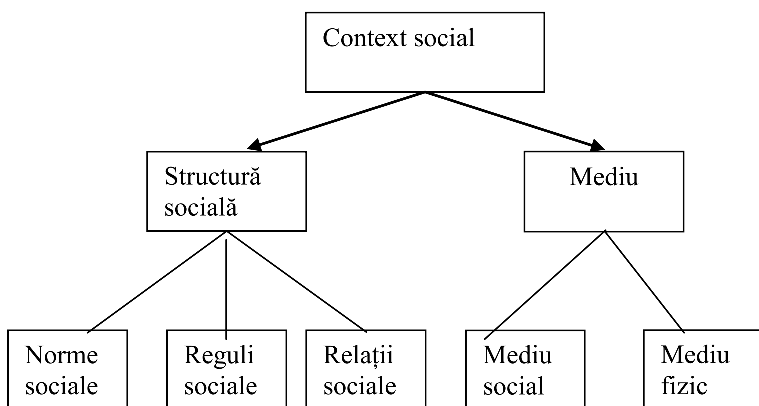


Fig. 2.6. Componentele contextului social (după P. Hartley, 1993/2001, 80)

gardienilor s-au transformat în persoane agresive şi autoritare, în timp ce studenții care au jucat rolul prizonierilor au preluat elemente de submisivitate şi teamă specifice. Reacțiile subiecților au fost atât de puternice încât studiul programat să se deruleze de-a lungul a două săptămâni a fost oprit după numai şase zile (S. Chelcea, 2002, 124).

Analizând rezultatele acestui experiment, într-o lucrare apărută recent, Philip Zimbardo (2007) propune termenul de „efect Lucifer" pentru a defini procesul transformării oamenilor buni, obişnuiți, în reprezentanți ai răului, sub impactul situațiilor în care se află. Analizând puterea situației în structurarea comportamentului individual, psihosociologul american, preşedinte al Asociației Americane de Psihologie, în 2002, autor şi coautor a peste 300 de articole în reviste de specialitate şi a 50 de cărți traduse în întreaga lume[1] expune şi principalele întrebări ale psihologiei sociale privind rolul contextului în explicarea comportamentelor umane.

> Psihologii sociali (ca mine) tind să nu se grăbească în a evalua dispozițional cauzele unor comportamente umane puțin previzibile. Ei încearcă să cerceteze pornind de la întrebări de tipul „ce?": *Ce* condiții au contribuit la anumite reacții comportamentale? *Ce* circumstanțe au generat un astfel de comportament? *Cu ce* tip de situație avem de-a face, din perspectiva actorilor sociali? Psihologii sociali se întreabă: În ce măsură pot fi determinate acțiunile umane de factori din afara individului, de variabile situaționale şi procese legate de mediul care structurează un anume cadru social? (Ph. Zimbardo, 2007, 8).

Rezultatele surprinzătoare ale *Experimentului Închisorii din Stanford* (1971) sunt rememorate de Ph. Zimbardo pentru a argumenta faptul că explorarea „laturii ascunse" a naturii umane este mult mai accesibilă cercetătorilor, dacă aceştia nu supraestimează importanța factorilor dispoziționali, în detrimentul celor situaționali.

1 Lucrarea *Efectul Lucifer*, semnată de Philip, a fost tradusă recent în limba română.

Stanley Schachter[1] a condus, în 1959, un experiment celebru, la Universitatea Stanford. Cercetătorul american a selectat ca subiecți, studente între care nu existau relații de prietenie şi care nu relaționaseră anterior. Când ajungeau în sala de experiment, experimentatorul le explica că este vorba de aplicarea unor şocuri electrice. Descrierea experimentului era de natură să provoace anxietatea unora dintre ele, în timp ce grupul de control rămânea într-o situație de calm. Experimentatorul întârzia zece minute, timp în care propunea subiecților să aştepte: în camere private, spațioase, unde erau cărți şi reviste, sau în camere unde se aflau alți subiecți (de acelaşi sex).

Persoanele aflate în stare de anxietate au fost înclinate să caute compania altora (63% au preferat sa aştepte împreună cu alte studente), pe când în condiții de calm, numai 33% au dorit să aştepte împreună cu alte studente. Stanley Schachter explică faptul că prezența altora este dorită în astfel de situații pentru că generează un anumit confort şi un plus de încredere, dar şi pentru că alții ne dau informații despre ce să aşteptăm, cum să interpretăm şi cum să acționăm în situația nouă creată. Astfel, îi căutăm pe alții şi pentru a înțelege mai bine conduita noastră expresiv-emoțională (E. Berscheid şi E. H. Walster, 1969/1981).

Când se face referire la rolul contextului social, unii cercetători au în vedere normele sociale şi modul în care acestea influențează comportamentul nostru. Probabil unul dintre cele mai cunoscute experimente care au arătat cum anume schimbarea contextului social (înțeles ca şi cadru normativ) generează schimbări comportamentale este cel condus de Philip Zimbardo: *Experimentul Închisorii din Stanford* (1971). Scopul experimentului era de a analiza comportamentul unor studenți obişnuiți când trebuiau să joace rolul unor gardieni şi respectiv prizonieri, într-o închisoare improvizată de departamentul de psihologie al Universității Stanford. Ph. Zimbardo a demonstrat că situația se va impune indivizilor, prin normele ei specifice, indiferent de valorile morale şi convingerile anterioare ale acestora. Concret, studenții care au jucat rolul

---

1 Am prezentat şi comentat acest experiment în S. Chelcea (coord.), L. Ivan, G. Jderu şi A. Moldoveanu (2006, 217-218).

specialitate şi republicat recent, în limba franceză. Trebuie spus că lingviştii se referă, în general, la context lingvistic, adică la ansamblul cuvintelor care însoțesc un cuvânt, însă Tatiana Slama-Cazacu încearcă, prin abordarea sa „dinamic-contextuală“ să treacă dincolo de această limitare, introducând şi elemente care țin de „social“. Astfel, autoarea propune o organizare pe niveluri a contextului, care se prezintă în forma sa explicită, ca ansamblu de unități lexicale şi/sau nonverbale pe care interlocutorii le aleg deliberat pentru a transmite un mesaj, iar în forma sa implicită, reunind aspecte legate de mediul fizic unde se desfăşoară comunicarea şi caracteristicile interlocutorilor, inclusiv relațiile dintre aceştia. Pornind de la această concepție integrativă asupra contextului, Anca Manoliu-Dabija, profesor la Facultatea de Ştiințe Sociale, Universitatea din Utrecht a analizat modul în care lectura unui text (o pagină dintr-o nuvelă) este diferită, din punctul de vedere al vitezei şi gradului de înțelegere, în funcție de contextul în care este prezentat (redus la pagina imediat anterioară sau extins la întreaga nuvelă). Lucrarea Ancăi Manoliu-Dabija: *Context şi interferențe în lectură activă,* apărută în ediție bilingvă în 2001, este, după părerea mea, insuficient utilizată în cercetările din România. Autoarea se opreşte însă exclusiv la nivelul contextului lingvistic, iar experimentele sale ar putea fi reluate luând în considerare şi latura „socială“ a contextului. Astfel, termenul „context“ nu a fost folosit exclusiv în combinație cu acela de „social“ şi este opțiunea lucrării de față să sublinieze latura sa socială.

Când avem în vedere contextul social, luăm în considerare şi normele culturale, relevând cum o situație concretă generează *pattern*-uri diferite de comportament, în funcție de cultura căreia aparțin subiecții analizați. Amélie Nothomb (1999/2002) a zugăvit cu măiestrie diferențele culturale, inclusiv la nivel nonverbal, aşa cum transpar când o franțuzoaică se „încăpățânează“ să adopte *pattern*-urile de interacțiune specifice culturii japoneze. Lucrarea *Uimire şi cutremur* a devenit *best-seller* şi s-a vândut în peste un milion de exemplare, fiind bine primită şi în România.

Psihosociologul român Adrian Neculau (2000, 2004a, 2004b) a pus în evidență rolul contextului social, ideologic şi situațional în formarea reprezentărilor sociale şi în structurarea vieții sociale în perioada comunistă din România, referindu-se inclusiv la domeniul academic. Lucrările sale sunt un bun exemplu despre modul în care normele sociale constituie, pentru indivizi, adevărate grile de prelucrare şi interpretare a informațiilor, de atribuire de semnificații evenimentelor cotidiene. Adrian Neculau (2000, 39) face distincție între „contextul social-global" şi „contextul imediat situațional", subliniind că, în cazul primului termen, este vorba despre aspecte ideologice şi istorice ale grupului sau comunității, cu rol în construirea unor realități sociale cum au fost cele ale controlului învățământului, formări noii elite, sau adaptării indivizilor la sistemul „cozii", în perioada comunistă.

> Contextul global induce norme de conduită, marchează situațiile, determină grilele de evaluare, mobilizează şi/sau polarizează actorii sociali. În fine, el produce o anumită „logică socială" care orientează activitatea cognitivă a individului, îl familiarizează cu „normalul", îl ajută să raționalizeze informația din mediu subordonând-o concepției de bază şi-l îndrumă să respingă „anormalul", excepția.

Cercetătorul român se referă nu doar la valoarea contextului social-global în structurarea prezentului, dar şi la relația sa cu evoluția viitoare a societății, considerând că individul rămâne „prizonierul acestui câmp cultural-ideologic în care s-a format", indivizii preluând aceleaşi grile de interpretare a situațiilor şi când contextul situațional s-a schimbat.

Privind contribuțiile româneşti în analiza conceptului de „context social", lucrarea Tatianei Slama-Cazacu, *Limbaj şi context. Problema limbajului în concepția exprimării şi a interpretării prin organizări contextuale,* apărută în 1959, poate fi considerată o lucrare de pionierat, cu atât mai mult cu cât ideile prezentate în această lucrare, susținută inițial ca teză de doctorat, au fost reluate ulterior în *Introducere în psiholingvistică* (1968), volum citat în lucrări internaționale de

Pe baza acestui experiment, Muzafer Sherif şi colaboratorii săi au teoretizat posibile surse ale conflictului între grupuri precum şi modalități de a susține cooperarea, fiind printre primele studii privind dinamica grupurilor care au avut în vedere contextul social.

Orice proces de comunicare dintre două sau mai multe persoane este influențat de relațiile sociale care se stabilesc între acestea. Relația dintre receptor şi emițător, ca formă a contextului social, este greu de neglijat în studiile din domeniul comunicării interpersonale. De asemenea, relațiile dintre indivizi se formează pe baza rolurilor pe care aceştia le joacă (şef/angajat, profesor/student, gardian/prizonier), a calității interacțiunilor (formale/informale, călduroase/ distante, față-în-față/virtuale), dar şi a unor factori potențatori care apar implicit în procesul comunicării: diferențe de vârstă şi gen, culturale sau de clasă. Mai mult, termenul de „context social" presupune şi analiza competențelor sociale (*social skills*) care diferențiază între posibilitățile indivizilor de a iniția şi întreține relații. Cercetările arată că există o legătură între capacitatea copiilor de a interpreta elementele nonverbale caracteristice diferitelor emoții şi statusul social al acestora – copiii cu abilități ridicate în decodificarea emoțiilor se bucură de un status social ridicat (J.A. Hubbard şi J.D. Coie, 1994). Studiile în care studenții au descris modalitățile prin care încearcă să-şi găsească un partener romantic au relevant faptul că cei izolați social tindeau să dezvolte scenarii care erau foarte puțin eficiente, dovedind abilități sociale reduse (P. Hartley, 1993/2001, 89).

Analiza diferitelor elemente care sunt circumscrise noțiunii de „context social" este utilă pentru că, în funcție de obiectivele cercetării în domeniul comunicării nonverbale, punem în evidență laturi diferite ale influenței contextului. Trebuie însă să avem în vedere fapul că atât elementele de mediu cât şi cele de structură socială contribuie la modelarea comportamentelor umane.

Observarea unei banale conversații între două persoane arată un ansamblu de reacții nonverbale, care întrețin conversația şi

Dacă japoneza trebuie admirată – şi trebuie – e pentru că nu se sinucide. Conspirația îndreptată împotriva idealurilor sale începe din fragedă copilărie. I se toarnă mortar pe creier: „ dacă la 25 de ani nu eşti măritată, o să ai toate motivele să-ți fie ruşine“, „dacă râzi, eşti lipsită de cuviință“, „dacă fața ta exprimă vreun sentiment, eşti vulgară“, „dacă menționezi existența vreunui fir de păr pe corpul tău, eşti obscenă“[…], “dacă îți place să dormi eşti o vacă“. Căci, în definitiv, ceea ce i se bagă în cap japonezei prin toate dogmele astea deşănțate e că nu trebuie să spere la nimic frumos. Nu spera să cunoşti plăcerea, căci plăcerea te-ar distruge […]. Speră să lucrezi. Dat fiind sexul căruia aparții, sunt puține şanse să ajungi departe, dar speră să fii de folos întreprinderii. Muncind, vei câştiga bani, care nu-ți vor aduce bucurie, dar de care te-ai putea prevala la nevoie, de exemplu dacă te căsătoreşti, căci nu vei fi atât de proastă încât să-ți închipui că cineva ar putea să te vrea pentru valoarea ta intrinsecă (A. Nothomb, 1999/2002, pp. 96-97).

Nu în ultimul rând, alături de norme sociale, culturale, normele de grup sunt cele generează schimbări comportamentale. Experimentul *Robbers Cave*, condus de Muzafer Sherif şi colaboratorii, în 1954, într-o tabără de vară pentru băieți în vârstă de 11 ani este unul dintre cele mai citate experimente care subliniază valoarea normelor de grup.

Personalul a adus copiii în tabără în două grupuri distincte şi le-a separat cu stricteţe timp de o săptămână. În acea perioadă băieţii ridicau corturi, făceau excursii, înotau şi se jucau respectând normele de grup, pe roluri şi structuri în cadrul grupului dezvoltate în mod natural. Au fost numiţi conducătorii şi căpitanii echipelor de baseball, ceea ce a dat naştere la ierarhii pe bază de statut şi s-au format rapid teritorii în cadrul taberei. Cele două grupuri au inventat nume şi sloganuri proprii – Vulturii şi Şobolanii – şi-au inscripţionat numele pe cămăşi şi le-au desenat pe steaguri. S-au dezvoltat norme de grup pentru că ambele grupuri au stabilit reguli în privinţa jocurilor, meselor şi activităţilor din tabără […]. În momentul în care fiecare grup a conştientizat că împărţea facilităţile, apelativele de genul „ceilalţi“, „ăia“, „străinii“ au devenit foarte frecvente (D.R. Forsyth, 2001, 222-223).

sens mesajelor verbale. Astfel, cele două modalități de comunicare (verbală şi nonverbală) sunt văzute ca sisteme paralele, constituite după aceleaşi reguli. Informația care rezultă în urma comunicării nonverbale poate fi considerată superioară pentru că impactul ei este imediat (A. Gilles şi A. Guittet, 1997). Chiar dacă transmiterea acestei informații este conştientă sau inconştientă, intenționată sau nu, poate fi foarte greu infirmată prin conținutul mesajului verbal. O persoană poate afirma în mod repetat că se simte bine când trăsăturile feței arată îngrijorarea şi nu va fi complet crezută. Informația nonverbală este nuanțată şi complexă şi ne ajută să cunoaştem mai bine sentimentele şi dispozițiile interlocutorului, uneori dificil de exprimat prin cuvinte.

Dintr-o altă perspectivă semnalele nonverbale pot fi considerate inferioare limbajului, pentru că informația pe care o transmit este valabilă „aici şi acum", deci este strict legată de timp şi loc.

Fără a afirma superioritatea/inferioritatea sau paralelismul între un tip de comunicare şi celălalt, consider că ambele fac parte dintr-un model integrativ de comunicare interumană a cărui analiză completă reclamă luarea în considerare a câtorva dimensiuni: (1) limbajul şi inflexiunile sale; (2) comunicatorii care presupun coordonarea complexă a micromotricității; (3) mimica şi gestica; (4) comunicatorii care arată atitudinea corporală: postură, tonus; (5) comportamente relevante pentru organizarea spațială, care implică deplasarea întregului corp. Susțin ideea unei „sintaxe mixte", în care elementele nonverbale le completează pe cele verbale, punct de vedere exprimat, încă din 1959, de psiholingvistul român Tatiana Slama-Cazacu.

Dată fiind relația de sprijin reciproc între comunicarea verbală şi comunicarea nonverbală şi având în vedere axiomele comunicării stabilite de Şcoala de la Palo Alto (P. Watzlawick, J. H. Beavin şi D. D. Jackson, 1957/1972), Septimiu Chelcea (2005, 32-33) formulează axiomele comunicării nonverbale, care stau la baza acestei lucrări:

1. Comunicarea nonverbală este filogenetic şi ontogenetic primordială.

dau semnificație mesajului: mimică, priviri, gesturi, posturi. Aceste elemente sunt uneori dificil de izolat de comportamentul global, de discursul verbal, pe care îl susțin, îl reanimă şi, uneori, îl contrazic. Ele sunt însă percepute de interlocutori, în relația de comunicare şi sunt interpretate în acelaşi timp ca şi comportamentul verbal.

Specificul comunicării nonverbale

Comunicarea nonverbală permite coerența între un grup de indivizi aparținând aceleaşi specii, actualizând codurile speciei respective şi asigurând echilibrul biologic intraspecific (J. Corraze, 1980/2000, 12). Aşa cum limbajul este considerat o fereastră spre cunoaşterea subiectivității umane, analiza mijloacelor nonverbale de expresie are funcții similare de cunoaştere, cu atât mai mult cu cât acest tip de comunicare este atât de vechi încât părea a fi uitat sau subestimat. Abia în a doua jumătate a secolului al XX-lea, a apărut interesul pentru studiul comunicării nonverbale, ca modalitate de analiză a conduitei umane în diferite contexte sociale. Comunicarea nonverbală uzează de trei suporturi: corpul, mişcările şi calitățile sale fizice, artefactele asociate corpului: haine, accesorii, tatuaje şi dispunerea spațială a corpului (distanțele sociale şi delimitarea teritoriului).

Comunicarea nonverbală este definită adesea prin raportarea la cea verbală, ca modalitate „prin care oamenii comunică intenționat sau neintenționat, fără a utiliza cuvinte“ (E. Aronson, T. Wilson şi R. Akert, 1999, 106).

Ray L. Birdwhistell (1950) considera comunicarea nonverbală ca fiind constituită după acelaşi sistem ca al limbii vorbite, propunând termenul de „limbaj silențios“: elementele nonverbale, lipsite de sens, se organizează, asemenea sintaxei lingvistice, pentru a crea structuri cu sens, care se pot combina din nou, alcătuind structuri şi mai complexe.

Edward Hall (1959) foloseşte, de asemenea, termenul de „limbaj silențios“ subliniind necesitatea interpretării conținutului mesajului nonverbal în acelaşi mod în care atribuim

venitul, reuşita profesională a acestuia. Este însă dificil de dovedit existenţa unui „destinatar al acestei informaţii". Tatiana Slama-Cazacu (1959, 57-58) sublinia importanţa includerii „corelatelor situaţionale" pentru a putea înţelege sensul atât al mesajelor verbale cât şi al mesajelor nonverbale, respectiv discrepanţa dintre expresie şi intenţie. Având în vedere aceste precizări, voi considera cei doi termeni „comunicare nonverbală" şi „comportament nonverbal" cu acelaşi înţeles.

Paul Ekman (1997, 336), analizând termenul de „comunicare nonverbală", vorbeşte de „utilizarea conştientă a unor semnale". În realitate, în condiţiile vieţii cotidiene, omul este conştient prea puţin de aceste semnale. Comportamentele nonverbale sunt cele cărora nu le acordăm în mod obişnuit atenţie, poate fiindcă nu suntem antrenaţi să o facem. Ne putem uşor concentra asupra conţinutului mesajului pe care îl transmitem, însă gesturile ne scapă sau uneori nu sunt reglate corespunzător. Dacă vrem să exprimăm supunerea, postura noastră, intonaţia vocii, direcţia privirii se reglează automat. Desigur că, în anumite situaţii, ne putem alege gesturile pentru a atrage atenţia, aşa cum un şef de stat îşi îndreaptă ţinuta într-o întâlnire oficială. Însă, când vrem să disimulăm, nu mai este vorba de gesturi spontane, şi artificialitatea lor transpare în comunicarea interumană. Comunicării nonverbale îi este specific un paradox: din punct de vedere al emiţătorului, semnalele emise au un caracter involuntar (dacă este vorba de reacţii naturale, spontane), însă din punctul de vedere al receptorului, informaţia primită nu este eliberată de intenţie, emiţătorul purtând responsabilitatea celor transmise. O femeie poate acuza un bărbat că i-a făcut propuneri cu tentă sexuală, iar bărbatul poate susţine că nu a făcut decât să răspundă unor mesaje nonverbale de flirt ale femeii. Dar dacă bărbatul este şeful şi femeia în cauză, angajata acestuia? Această nouă informaţie ridică dintr-o dată întrebarea dacă nu a fost vorba de un act de hărţuire sexuală. După cum se exprimă Septimiu Chelcea şi Alexandru Zodieru (2005, 55), termenul de „hărţuire sexuală" nu figurează în dicţionarele de specialitate, tocmai datorită dificultăţii de a-l defini,

2. În relațiile interpersonale directe este imposibil să nu comunicăm nonverbal.
3. Comunicarea nonverbală reprezintă un element în sistemul comunicării umane şi trebuie analizată ca atare, nu independent de comunicarea verbală.
4. Comunicarea nonverbală se realizează printr-un sistem de semne şi semnale (discrete şi analogice), de coduri şi de canale de transmitere a informației şi trebuie analizată ca atare, nu fiecare element separat.
5. În comunicarea nonverbală, semnificația semnelor transmise prin multiple canale trebuie stabilită în termenii probabilităților şi în funcție de contextul socio-cultural concret.

Unii autori definesc comunicarea nonverbală prin enumerare: un ansamblu de gesturi, posturi, orientări ale corpului, aspecte somatice, raporturi de distanță între indivizi, purtătoare de informații (J. De Vito, 1987). „Expresiile faciale, tonul vocii, gesturile, pozițiile şi mişcările corpului, utilizarea atingerilor şi a privirii sunt cele mai frecvente canale ale comunicării nonverbale“ (E. Aronson, T. Wilson şi R. Akert, 1999, 106). Dintr-o perspectivă foarte generală, întreg mediul este purtător de informație, dar nu putem spune că „informația“ se suprapune „comunicării“. Informația devine comunicare când există un sistem capabil să o detecteze. Desigur, ființele umane sunt capabile să recepționeze un număr mare de informații, însă anumite comportamente „nu comunică“. Anumite mesaje nonverbale rămân nedecodificate şi nu determină niciun fel de reacție. Din acest punct de vedere, Jaques Corraze (1980/2000) preferă termenul de „comportament nonverbal“ celui de „comunicare nonverbală“ şi consideră comunicarea nonverbală ca subspecie a comportamentului nonverbal. Deşi în literatura de specialitate nu se face distincție între „comunicare nonverbală“ şi „comportament nonverbal“, observația este binevenită, pentru că studiul mijloacelor nonverbale de interacțiune se referă nu numai la cele care „comunică de la sine“, ci şi la cele care „pot comunica“ în anumite contexte. Însă diferența între comunicare şi informare nu poate fi realizată întotdeauna cu uşurință. Maşina vecinului meu poate fi considerată un element care comunică ceva despre statusul,

(spre exemplu țipătul care apare involuntar atât la om cât şi la animale, într-o situație de pericol) şi există expresii emoționale care sunt intenționate şi puternic reglementate social, care însă, foarte adesea, nu reflectă starea emoțională a celor care le afişează (M. Argyle, 1975, 106).

2. Semnalarea atitudinilor indivizilor față de anumite persoane, obiecte din realitatea socială. Modelul tripartitiv al atitudinilor, unanim acceptat postulează că în structura internă a oricărei atitudini intră o componentă afectivă (emoțiile şi reacțiile fiziologice asociate lor), o componentă cognitivă (cunoştințe despre obiectul atitudinii) şi una comportamentală (intenția față de obiectul atitudinii). Elementele nonverbale pot reda latura afectivă a atitudinii.

Michael Argyle (1975) grupează atitudinile interpersonale de-a lungul a două axe: 1) axa dominanță/supunere şi 2) axa atracție/respingere.

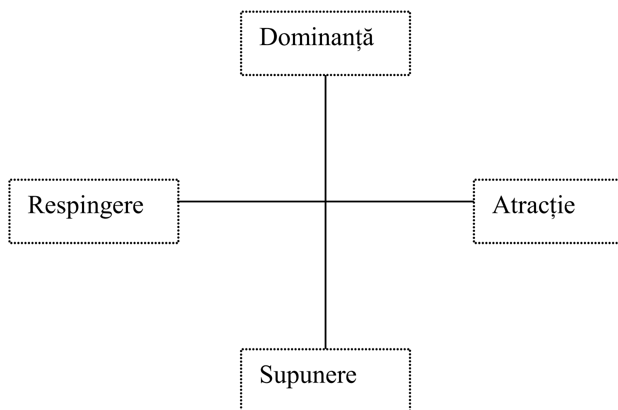


Fig. 2.7 Dimensiunile atitudinilor interpersonale (după M. Argyle, 1975, 119)

Elemente nonverbale diferite semnalează atitudini interpersonale de prietenie, acceptare, atracție sexuală, sau dimpotrivă, de respingere şi agresivitate. Zâmbetul, spre exemplu,

majoritatea autorilor preluând definirea termenului conform legislației americane din 1980:

> Constituie hărțuire sexuală avansurile sexuale nedorite, atât verbale, cât şi nonverbale, dacă: 1) supunerea la aceste avansuri condiționează serviciul; 2) supunerea sau respingerea avansurilor sunt utilizate ca bază a deciziei de angajare; 3) supunerea sau respingerea avansurilor interferează cu performanțele în muncă sau creează un mediu de muncă intimidant şi ostil.

Având în vedere unele dintre caracteristicile comportamentului nonverbal expuse aici şi faptul că hărțuirea sexuală se referă inclusiv la comportamente nonverbale, devine dificil de stabilit care elemente nonverbale contribuie la „crearea mediului de muncă ostil şi intimidant". Personal, consider că trebuiesc incluse în special elementele nonverbale cu puternică determinare culturală, care sunt şi uşor de controlat: atingerile, proximitatea spațială şi gesturile cu semnificație culturală (ex. emblemele) şi mai puțin cele care scapă uşor controlului voluntar: expresiile faciale, postura, reglatori ilustratorii[1].

Funcții ale comunicării nonverbale

Analizând funcțiile pe care mijloacele nonverbale le îndeplinesc în comunicarea inter-umană, Elliot Aronson şi colaboratorii (1999, 338) identifică următoarele:

1. Exprimarea emoțiilor. De cele mai multe ori indivizii transmit dispozițiile personale prin expresii faciale care sunt uşor de decodificat de potențialii receptori. Elementele nonverbale comunică, în situații de intensitate emoțională, mai multe informații decât cele verbale.

Unele expresii emoționale sunt direct legate de reacții fiziologice (spre exemplu dezgustul față de o mâncare prost gătită), altele s-au dezvoltat pe parcursul evoluției speciei umane

---

1 Am utilizat distincția dintre gesturile emblemă, reglatori şi ilustratori, folosind clasificarea lui Paul Ekman şi Wallace V. Friesen (1969), prezentată în continuare în acest capitol.

funcție nu este specifică doar comunicării umane, animalele emit semnale care dau seama despre vârsta, sexul şi grupul teritorial caruia aparțin, dar aceste semnale au un caracter instinctiv şi nu intenționat. În mod similar, indivizii transmit involuntar mesaje nonverbale care arată sexul, vârsta, rasa sau grupul etnic căruia aparțin, dar şi mesaje nonverbale voluntare, care fac parte din „managementul impresiei“, informații pe care subiecții vor ca ceilalți să le ştie despre ei.

Legătura dintre trăsăturile fizice şi trăsăturile psihologice ale persoanelor a suscitat interesul încă din antichitate, elaborându-se tipologii (somatotipuri) care leagă observațiile privind anumite trăsături fizice cu elemente de personalitate, caracter şi cu tipuri de reacții comportamentale. Septimiu Chelcea şi Adina Chelcea (2005, pp. 98-103) au analizat evoluția somatotipurilor de-a lungul timpului. Dintre tipologiile prezentate de cei doi psihosociologi români sunt câteva care s-au bucurat de un real succes: 1) tipologia lui Hipocrat din Kos (460-375 î.e.n), care a folosit umorile corpului uman (sânge, bila neagră, bila galbenă şi flegmă) pentru a distinge între temperamentul sangvin, melancolic, coleric şi flegmatic; 2) cea formulată de psihiatrul elvețian Carl Gustav Jung (1921/1994), care a folosit drept criteriu modul în care indivizii se raportează la mediul înconjurător, distingând între extraverți şi intraverți şi 3) cea formulată de William S. Sheldon (1940), care distinge între tipul „endomorf“ (cu aparatul digestiv bine dezvoltat şi constituție corporală „rotunjită“), tipul „mezomorf (cu oasele şi muşchii bine dezvoltați şi constituție corporală „pătrată“) şi tipul ectomorf (zvelt, fragil, cu constituție corporală „liniară“).

Mijloacele de comunicare nonverbală îndeplinesc funcții adaptative: facilitează imitarea, controlează comportamentul celuilalt, mențin contactul între interlocutori, determină recunoaşterea individului, a clasei sale sociale, a statutului său, permit curtarea, împrietenirea, solicitarea hranei, determină supunerea şi conducerea, dar şi invitația la joc, la muncă, la competiție sau la supunere.

Miles L. Patterson (1983) a identificat cinci funcții care caracterizeză, în general, comunicarea nonverbală: 1) transmiterea

este utilizat pentru a exprima atitudini de atracție, prietenie, dar şi de supunere. Contextul interacțiunii şi prezența altor elemente nonverbale arată dacă este vorba de un tip de atitudine sau de celălalt. Susțin opinia lui M. Argyle conform căreia, privirea, la indivizii umani este utilizată mai mult pentru a semnala interes, atenție, atracție, spre deosebire de animale, unde dezvelirea dinților este un semnal de agresivitate. Aşadar, putem evalua dacă zâmbetul cuiva exprimă prietenie, atracție sau supunere folosind ca indicator suplimentar direcția privirii: dacă aceasta este orientată spre interlocutor sau orientată „în jos“. Dar o estimare corectă a atitudinii interpersonale nu poate face abstracție de context, nici în acest caz: există diferențe de gen sau de status între cei doi interlocutori? Cărei culturi aparțin? Ce motiv a determinat întâlnirea lor în această situație particulară? Şi, care era starea lor emoțională înainte de a se întâlni?

M. Argyle (1975, 120) recunoaşte că a formulat cele două dimensiuni ca o descriere generală a atitudinilor interpersonale şi că se pot identifica elemente nonverbale care predomină în cadrul uneia dintre cele patru tipuri de atitudini sau alteia, dar delimitările nu sunt atât de stricte: putem întâlni şi atitudini dominant-prietenoase, de atracție şi supunere în acelaşi timp etc.

3. Facilitarea comunicării verbale. Inflexiunile vocii pot indica interlocutorului dacă ceea ce i se transmite este secret, o glumă sau, dimpotrivă, o chestiune serioasă, astfel încât acesta să poată interpreta mesajul ca atare. Dacă unele elemente pot completa şi susține mesajul verbal, ca atunci când o prietenă se căsătoreşte şi declari cu un zâmbet larg „Mă bucur pentru tine!“, altele pot contrazice mesajul verbal, ca atunci când susții acelaşi lucru cu un zâmbet sarcastic în colțul gurii. Uneori, elementele nonverbale pot substitui mesajul verbal: vorbind, spre exemplu, la telefon, arătăm cu palma îndreptată spre un alt interlocutor „aşteaptă un moment!“

Michael Argyle (1975, 135) adaugă o a patra funcție foarte importantă a mijloacelor nonverbale: transmiterea informațiilor despre personalitatea şi caracterul interlocutorului. Această

realizat. Acestea pot trasmite informații despre starea reală a emițătorului, însă sunt greu perceptibile. Zona picioarelor poate scăpa mai uşor controlului voluntar şi poate transmite o informație inversă în raport cu ceea ce dorim să disimulăm. Zona mâinilor ocupă o poziție intermediară, mişcările fiind mediu-controlabile (P. Ekman, 1997, 338). Un interlocutor student care încearcă să ne convingă că a parcurs întreaga literatură poate evita privirea profesorului, însă mişcarea agitată a picioarelor îl trădează uşor.

Disimulatoare sau nu, semnalele nonverbale sunt cele care întăresc sau diminuează credibilitatea mesajului verbal, permițând relaționarea corespunzătoare dintre emițător şi receptor. Şi nu doar o singură dată s-a întâmplat ca mesaje slabe din punct de vedere al conținutului să fie înalt credibile pentru că elementele care le-au însoțit: inflexiunile vocii, mişcarea mâinilor, pauzele şi accentul pe anumite cuvinte au uşurat transmiterea şi acceptarea lor.

Forme ale comunicării nonverbale

Din punct de vedere etologic, având în vedere complexitatea şi apariția lor de-a lungul filogenezei, putem identifica următoarele mijloace de comunicare: (1) comportamente relevante privind organizarea spațială, care presupun deplasarea întregului corp; (2) manifestări comunicaționale care derivă din atitudinea corporală: tonus, postură; (3) manifestări comunicaționale care reclamă coordonarea complexă a micro-mişcărilor: mimică, gestică, vocalizare; (4) limbajul, care atestă capacitatea motrică şi intelectuală cea mai complexă, specific umană, rezultată din învățare.

Mario von Cranach şi I. Vine (1973/1997) grupează manifestările comunicaționale în funcție de canalul de comunicare şi de codul specific acestuia:

1. Canalului vizual îi sunt specifice: mişcările de stabilire a poziției spațiale în funcție de partener (*proxemics)*, gesturile (atitudinea şi mişcările corpului, mişcările feței şi privirea) şi artefactele corpului (machiaj, coafură, îmbrăcăminte, bijuterii)

informației, 2) reglarea interacțiunilor, 3) intimitatea, 4) controlul social şi 5) realizarea sarcinilor profesionale. M.L. Patterson opune intimitatea controlului social: intimitatea are la bază comunicarea spontană, afectivă; controlul social – declanşează din partea celorlalți comportamentul aşteptat de către emițător.

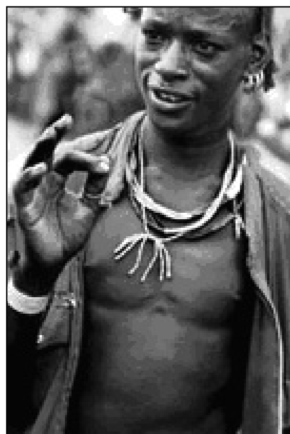
Dincolo de aceste funcții, practica disimulării este destul de răspândită în comunicarea interumană şi necesită un control atent. Erving Goffman (1959/2003) introduce termenul de „neatenție civică“ (*polite inattention*), referindu-se la tendința indivizilor de a menține armonia relațiilor sociale, când sunt constrânşi să interacționeze cu ceilalți. Paul Ekman (1996) sublinia că există capacități diferite ale indivizilor de a înşela şi, corespunzător capacităților diferite ale interlocutorilor, de a detecta minciuna. Cea mai simplă modalitate de falsificare este diminuarea semnalelor pe care le transmitem. Un individ care încearcă să înşele pe un altul poate afişa o față inexpresivă, fadă. Această ruptură de informație atrage atenția receptorului care poate suspecta faptul că interlocutorul său disimulează. O altă modalitate este transmiterea unor semnale opuse situației reale, a ceea ce simte, de fapt, emițătorul. Un astfel de comportament „exagerat“ inhibă interlocutorul şi chiar dacă poate fi credibil, decodificarea mesajului de către receptor şi atribuirea unui sens mesajului este destul de imprevizibilă. Este ceea ce simțim când declarăm că interlocutorul „se poartă ciudat“. În acelaşi mod, exagerarea transmiterii unor stimuli sexuali poate inhiba receptorul.

Prin enculturație se impun individului anumite reguli de manifestare a emoțiilor, care permit în general subiectului sa-şi păstreze echilibrul emoțional, în circumstanțe determinate. Într-o situație înalt tensionată, afişăm masca unui calm absolut, substituind manifestările spontane de panică. Unele părți ale corpului se supun mai uşor voinței umane de a controla manifestările emoționale, altele, dimpotrivă sunt mai greu de controlat. Fața este zona care se poate controla cel mai uşor, emițătorul reuşind cel mai bine să disimuleze mesajul, dacă receptorul se centrează numai pe contactul vizual la nivelul feței. Totuşi, controlul micro-expresiilor feței este dificil de

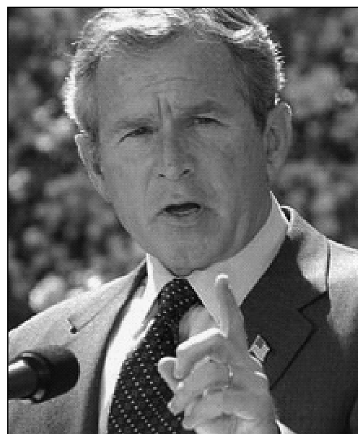
Jaques Corraze (1980/2000) susține existența a trei categorii în cadrul comportamentului nonverbal: paralimbajul (partea care nuanțează un discurs, inflexiunile, intensitatea vocii, pauzele), kinestezia (mişcările corpului, inclusiv ale feței) şi proximitatea (percepția spațiului, teritorialitatea).

Kinestezia. Este vorba de micro şi macro mişcări prezente la nivelul corpului sau feței, care nuanțează discursul verbal, îl substituie sau îl contrazic. Paul Ekman şi Wallace V. Friesen (1969) le grupează în cinci clase, având la bază originile, funcțiile şi coordonarea acestora:

Embleme: elemente nonverbale care traduc direct cuvinte sau fraze. Semne pentru „Ok – e în regulă“, „pace“, semne pentru oprirea unei maşini pe autostradă, substituie anumite cuvinte. Ele se învață în procesul socializării, uneori fără conştiința învățării explicite. Semnificația lor este arbitrară şi poate fi diferită de la o cultură la alta sau chiar de la o perioadă la alta în cadrul aceleaşi culturi (vezi şi S. Chelcea, 2005, 36).



a. Semnul OK, gest tipic american



b. Gest folosit pentru avertizare sau reproş. Titlul „Avertizare pentru democrați“. Sursa: Gardianul, 15.01.2007

2. Canalului auditiv îi sunt specifice manifestările lingvistice (cuvinte şi alăturări de cuvinte) şi extralingvistice (plânsul, râsul, respiraţia, pauzele, calitatea, intensitatea vocii, tonalitatea vocii, ritmul vorbirii).

3. Canalului tactil îi sunt caracteristice atingerile, îmbrăţişările, sărutările, manifestări nonverbale care întreţin şi potenţează comunicarea interumană.

4. Canalul olfactiv înregistrează mirosurile, parfumurile, considerate importante în ritualurile de curtare şi sexuale.

5. Canalul gustativ relevă calitatea hranei şi a manierelor asociate mesei.

6. Canalul termic reglează interacţiunile dintre indivizi, determinând contextul comunicării interpersonale.

Importanţa diferitelor canale şi ale codurilor asociate lor este diferită de la o specie la alta. La primatele adaptate la viaţa terestră, semnalele vizuale au cea mai mare importanţă. Canalul olfactiv oferă semnale care persistă mult timp şi funcţionează chiar în absenţa emiţătorului. Importanţa canalelor olfactiv şi tactil scade pe parcusul ontogenezei: foarte importante la copilul mic, devin mai puţin importante pentru adult. Vorbind de importanţa canalelor senzoriale la om, Septimiu Chelcea (2005,15) propune un model piramidal care ia în considerare patru canale de comunicare (vizual, acustic, tactil, olfactiv). Modelul piramidal – inspirat de etologul american Edward O. Wilson (1975/2003, 194), care propunea un triunghi al importanţei canalelor senzoriale la specii diferite de animale – sugerează că indivizii umani acordă importanţă diferită unui canal de comunicare sau altuia în funcţie de context, de mesaj, de modul de socializare şi de caracteristicile lor psihice. Complexitatea mesajelor determină o diversificare a canalelor senzoriale antrenate în procesul comunicării. Dragostea romantică, spre exemplu, presupune un contact vizual intens, atingeri şi proximitate ridicată, până la nivelul în care cei doi parteneri îşi pot simţi reciproc mirosul corpului, tonalitate caldă a vocii şi chiar schimbarea accentului, ritmului vorbirii (de multe ori ne dăm seama când cineva vorbeşte cu persoana iubită la telefon nu datorită conţinutului mesajului, ci a elementelor paralingvistice care-l însoţesc).





Fig. 2.9. Gesturi de tip ilustrator, care nuanțează mesajul verbal sau descriu proprietățile unor obiecte

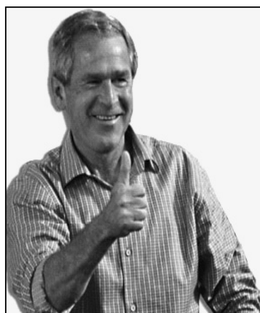
Expresii faciale (affect display): micro-mişcări faciale care dau sens stărilor noastre emoționale. Ele surprind bucuria, surpriza, tristețea, oboseala şi ne trădează când vrem să ne prezentăm într-o anumită lumină, alta decât ceea ce simțim de fapt. Desigur că putem controla, în mod conştient, manifestările emoționale la fel cum actorii pot interpreta anumite roluri, cu mai mult sau mai puțin succes. Expresiile faciale sunt slab dependente de mesajul verbal, comparativ cu ilustratorii şi mai puțin controlabile decât emblemele sau ilustratorii. Expresiile emoționale poat fi neintenționate (reflectând stări emoționale spontane) sau intenționate (când individul îşi propune să exprime anumite trăiri emoționale).



a. mirare



b. bucurie



c. Gest de aprobare sau urare de noroc considerat o insultă în Grecia şi parțial în Australia (cf. P. Collet 2003/2005, 270)



d. Gest tipic salutului militar, folosit de Traian Băsescu în campania electorală 2004, împreună cu sloganul „Să trăiți bine!“

Fig. 2.8. Exemple de embleme utilizate în spațiul public

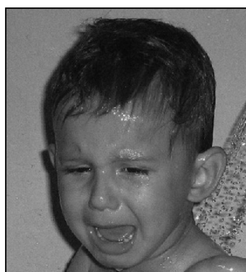
Ilustratori: elemente nonverbale care însoțesc şi ilustrează mesajul verbal. Spunem, spre exemplu, „hai să mergem!“ şi executăm o mişcare a capului sau a mâinii în direcția de mers. Sau, vrem să subliniem că un anume obiect are formă rotundă şi descriem un cerc cu ajutorul mâinii. Ele sunt bine învățate şi este greu să execuți mişcări improprii. Suntem doar parțial conştienți de ilustratori, par naturali, universali, cu semnificație mai puțin flexibilă decât emblemele. Ilustratorii nu există în afara limbajului, fiind astfel elemente care leagă comunicarea verbală de cea nonverbală. Paul Ekman (1997) evidențiază câteva tipuri de ilustratori: accentuarea unui cuvânt, sublinierea mai multor cuvinte, pauza verbală care înlocuieşte virgula (ca semn de punctuație), interogarea (sublinierea nedumeririi cu privire la mesaj, căutarea unor cuvinte (pocnirea din degete), acordul cu interlocutorul (a da din cap).

Adaptori: comportamente nonverbale pe care le performăm în locuri private şi care evităm să fie văzute în locuri publice. Spre exemplu, când individul este singur se poate scărpina în cap, îşi poate drege vocea sau sufla nasul. În public, el foloseşte aceşti adaptori doar parţial şi mişcările sunt diminuate. Folosirea adaptorilor în public este determinată cultural.

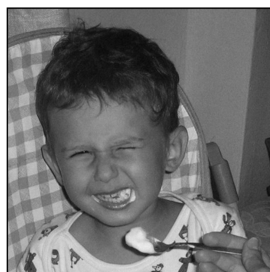


Fig. 2.12. „Degetul în nas“, adaptor puternic sancţionat social, când este performat în spaţii publice

Totuşi, distincţia dintre embleme, reglatori, ilustratori şi, respectiv, adaptori nu este atât de uşor de realizat. În dicţionarele de specialitate (vezi *Oxford English Dictionary*) „gestul“ este prezentat ca o mişcare a corpului sau a unei părţi a acestuia care exprimă o idee sau un sentiment. Aceasta înseamnă că termenul este asociat unor reacţii voluntare. Problema duratei unui element nonverbal, ca să poată fi considerat gest şi, mai departe, gest de un anumit tip, se poate pune de asemenea. Personal, ader la punctul de vedere exprimat de Adam Kendon (1997, pp. 109-110) conform căruia gesturile sunt elemente nonverbale „tratate de participanţii la interacţiune ca parte a ceea ce o persoană a vrut să spună“. Practic, autorul american consideră că un element nonverbal poate fi considerat gest doar dacă receptorul îi atribuie o intenţie în



c. tristețe



d. dezgust

Fig. 2.10. Expresii faciale la un copil de doi ani

Reglatori: elemente nonverbale care reglează, mențin şi controlează interacțiunea cu un alt individ care vorbeşte. Când ascultăm pe cineva nu suntem pasivi, ci dăm din cap, privirea este direcționată spre interlocutor, se modifică dimensiunea ochilor, mişcăm buzele sau folosim aspecte paralingvistice. Acestea sunt cultural determinate şi asigură *feedback*-ul vorbitorului, arată ceea ce se vrea de la el. Reglatorii se pot substitui unor mesaje verbale: „continuă" „ nu cred asta", „este imposibil", „vorbeşte mai tare", „fii mai explicit", "stai să mă gândesc". Vorbitorul primeşte aceste indicii nonverbale fără a fi conştient de ele. În funcție de semnificația atribuită acestor elemente, subiecții îşi modifică discursul în direcția cerută.



Fig. 2.11. Reglatori: elemente nonverbale care mențin şi controlează interacțiunea cu interlocutorul (ex. „Stai să mă gândesc!")

conversației (A. Gilles şi A. Guittet, 1997). Din acest punct de vedere distingem: (1) caracteristicile fonice ale vocii: tonul, intensitatea, timbrul, aceentul; (2) râsul, plânsul, respirația; (3) repetarea inconştientă a unor sunete, adesea arătând angoasa sau neliniştea; (4) articularea cuvintelor şi intonația; (5) ritmul, debitul vorbirii, structurarea vorbirii în timp, pauzele.

Individul uman posedă la naştere un ansamblu de potențialități paralingvistice, din care va activa pe cele specifice culturii, limbii sale materne. El va interioriza cu uşurință sunete din mediul său familiar, în special cele transmise de mamă. În acest fel, limba pe care o vorbeşte şi aspectele sale paralingvistice poartă amprenta grupului din care face parte. Pronunțăm cu uşurință în limba română „ţ“ sau „ă“, dar aceste sunete pot pune în dificultate un englez sau un german. Nu la fel de uşor ne este să pronunțăm „th“ corespunzător cuvântului englezesc „theatre“ spre exemplu. Chiar în interiorul aceleaşi culturi pronunția diferită a unor cuvinte şi accentuarea sau interogarea diferită ne sugerează din ce regiune vine interlocutorul.

> Cu câțiva ani în urmă, aflându-mă la Universitatea Lund din Suedia, am asistat la o conversație între doi englezi, care nu se cunoscuseră anterior. Ambii studenți urmau o perioadă de studii la Lund şi din punctul meu de vedere se comportau, vorbeau şi se îmbrăcau foarte asemănător. Totuşi, după un schimb banal de replici, fiecare a remarcat despre celălalt că provenea dintr-o clasă socială diferită. Timbrul vocii, accentuarea diferită a cuvintelor, alăturarea anumitor sintagme au constituit indicatori ai statusurilor celor doi interlocutori. Probabil că aspectele paralingvistice transmiseseră mai multe informații decât eram capabilă să înțeleg. Distanța socială s-a tradus imediat în distanță interpersonală, interlocutorii manifestând o oarecare stânjeneală în interacțiuni.

Şi la nivelul sensibilității olfactive există un potențial înnăscut (noii născuți îşi recunosc mamele încă de la vârsta de două luni după miros), dincolo de care normele socio-culturale au dezvoltat interpretări diferite ale mirosurilor. Mirosurile corpului, cu rol deosebit în ritualurile de împerechere

actul comunicațional. În acest sens, Adam Kendon include în sfera termenului de „gest“: gesturile convenționale (ceea ce P. Ekman numeşte „embleme“) şi gesticularea sau semnalarea obiectelor (ceea ce P. Ekman numeşte „ilustratori“) şi exclude din categoria gesturilor: schimbările de postură, autoatingerile şi utilizarea întâmplătoare a obiectelor (care ar fi putut fi cuprinse în termenul „adaptori“ sugerat de P. Ekman). Însă P. Ekman (1996, 1997) a pus în evidență valoarea adaptorilor pentru identificarea minciunii şi disimulării, motiv suficient pentru a completa concepția lui A. Kendon: în funcție de competențele receptorilor, gesturi diferite ale emițătorului pot fi privite ca „intenționate“. Dacă utilizarea întâmplătoare a unui obiect nu spune nimic unui receptor „neantrenat“, acelaşi element nonverbal poate să transmită starea de tensiune a emițătorului, pentru cel pregătit să decodifice mesajul.

Disputele privind definirea termenilor se datorează, în fond, faptului că gesturile au fost studiate sistematic numai în ultimii 15 ani, deşi au jucat un rol important în evoluția societății, societatea medievală fiind, după cum bine argumentează Jean Claude Schmitt (1990/1998, 23), o „civilizație a gestului“. Susțin punctul de vedere exprimat de autorul francez: în diferite epoci raportul dintre o societate a gesturilor şi o societate a scrisului sau limbajului vorbit a constituit „o problemă de dozaj şi, de asemenea, de proeminență pe scara valorilor simbolice recunoscute unei activități sau celeilalte“.

Paralimbajul. Este partea comunicării nonverbale care se asociază în mod direct discursului verbal. Jaques Corraze (1980/2000) propune termenul de „modalități extralingvistice“ în locul celui de „paralimbaj“, care se aplică în mod strict modificărilor de ritm, intensitate şi tonalitate a vorbirii. Termenul de „extralingvistic“ este mai general şi include şi manifestări ca plânsul, râsul, tuşitul etc. Aceste delimitări conceptuale au menirea de a ne face conştienți că există o zonă de frontieră între comunicarea verbală şi cea nonverbală şi că ar fi bine să păstrăm această graniță flexibilă.

Vocea, prin tonalitatea sa transmite informații despre emițător, personalitatea sau starea de spirit a acestuia, în timpul

accentul şi intonaţia conturează sensuri diferite. Topica obişnuită a acestei propoziţii este „era o fată foarte frumoasă", cu adverbul „prea" având valoare de superlativ. Spunând însă „era o prea frumoasă fată", procedăm la o permutare elementară[1] (trecerea pe locul al doilea al elementului care ar fi trebuit să fie pe locul întâi) şi accentuăm importanţa cuvântului „frumoasă" în detrimentul substantivului „fată". Din perspectivă gestalistă[2], „schimbarea părţilor unui întreg conduce la schimbarea totalităţii", producându-se o reorganizare cognitivă. Termenul de „reorganizare cognitivă", introdus de Solomon Asch (1940), subliniază modalitatea prin care acelaşi mesaj poate fi interpretat de către subiecţi în mod diferit, datorită faptului că o schimbare de informaţie (în cazul nostru – permutarea elementelor) aduce cu sine reorganizarea, la nivel cognitiv, a semnificaţiei şi pentru elementele care rămân statice (E. Drozda-Senkovska 1999/2000, pp. 48-50)

Oratorul poate îmbunătăţi intensitatea vocii, ritmul vorbirii, intonaţia, însă timbrul vocii este un aspect greu de schimbat. Şi ori de câte ori interlocutorul percepe o disonanţă între un element nonverbal şi altele din acelaşi registru informativ, semnificaţia atribuită mesajului se schimbă (A. Gilles şi A. Guittet, 1997, 27). Dacă există o convergenţă între mesajul verbal şi elementele nonverbale, impactul mesajului este mai puternic, dacă însă există o discordanţă, aceasta poate dezorienta receptorul, credibilitatea mesajului verbal creşte şi elementele nonverbale devin indicatori cheie ai interpretării

---

1 Septimiu Chelcea (2006, 188) prezintă distincţia dintre „permutările elementare" (trecerea pe locul al doilea al elementului care ar fi trebuit, în mod normal, să fie pe locul întâi) şi „permutările complexe" (schimbarea ordinii mai multor elemente), distincţie formulată de Grupul **μ** de la Universitatea din Liége. Grupul **μ**: Jacques Dubois, Francis Edeline, Jean-Marie Klinkenberg, Philippe Minguet, François Pire şi Hadelin Trinon s-a remarcat prin contribuţii în stilistică şi retorică, dintr-o perspectivă structuralist-lingvistică.

2 Curentul psihologiei gestaliste, fondat în anii 1920 la Berlin, accentuează rolul elementelor componente în percepţia ansamblului, rolul formelor (*gelstalt*) semnificative în procesarea cognitivă a informaţiilor.

la aproape toate speciile de animale, sunt puternic sancționate şi controlate social. Ideea că Napoleon, aflat pe câmpul de bătălie, ar fi trimis o scrisoare soției sale Josephine cu mesajul „Sosesc peste trei zile. Nu te spăla!" a oripilat pe mulți, chiar dacă documentele vremii nu păstrează dovada unei astfel de scrisori. De fapt, de ce suntem atât de contrariați de presupusul mesaj al lui Napoleon? Faptul că „micul" geniu militar adora mirosul corpului soției sale este cu adevărat romantic, inspirând recent o lucrare de poezii semnată Linda Smukler (*Home in Three Days. Don't Wash*, 2004). Ceea ce ne contrariază însă este imaginea unei societăți franceze în care „controlul" mirosurilor şi „moralitatea" acestora erau îndoielnice.

Timbrul vocii este specific individului şi reclamă mai degrabă un registru personal decât social. Vocea, țipătoare, monotonă, tristă, clară, caldă exprimă caracteristicile emoționale, afective ale receptorului şi creează aşteptări față de mesaj.

Ritmul vorbirii, debitul şi intensitatea depind de controlul emotiv al individului. O persoană cu debit lent, cu pauze dese în vorbire, suspine, o tonalitate joasă, poate fi o persoană tristă.

Intonația sau accentuarea unor cuvinte schimbă radical conținutul mesajului. Aceste elemente pot face ca un mesaj să devină „serios" sau dimpotrivă „ironic" . Crainicii TV sunt considerați, în general, elemente pasive în transmiterea ştirilor: nu modifică în mod voit conținutul acestora, selectate anterior în redacție, citesc doar de pe *prompter*. În realitate însă, accentuarea unor cuvinte sau sintagme este de natură să schimbe sensul mesajului, atrăgând atenția spectatorilor asupra unei laturi a acestuia. Charles U. Larson (1973/2003, 142) menționa valoarea persuasivă a ordinii cuvintelor în propoziție, subliniind că agenții persuasivi aşează cuvintele cu impact emoțional puternic, la începutul frazei (*ex*. „incendiu la Piteşti" şi nu „la Piteşti s-a produs un incendiu").

Când limba permite un ansamblu de jocuri de cuvinte şi regulile de dispunere a cuvintelor în propoziții nu sunt foarte stricte, intonația şi accentul sunt cele care dau sensuri diferite mesajului transmis. A spune „era o prea frumoasă fată" sau „era o fată prea frumoasă" este în esență acelaşi mesaj, însă

William James[1], utilizând răspunsurile unor observatori asupra a 347 de fotografii prezentând posturi diferite, a distins patru posturi fundamentale: (1) atitudine de apropiere (atenție) – în care corpul este înclinat în față; (2) atitudine de respingere (refuz), de ocolire, retragere față de celălalt; (3) atitudine de expansiune, care exprimă aroganța, orgoliul, agresivitatea, unde capul, trunchiul şi umerii sunt în extensie; (4) atitudine de contracție, caracteristică dezamăgirii, starilor depresive, în care capul „atârnă" flexibil şi umerii sunt aduşi (*apud* Jaques Corraze, 2000, 146).

Albert E. Scheflen (1973) susține că există trei dimensiuni de bază de analiză a posturii. O primă dimensiune se referă la spațiul de activitate al interlocutorilor şi accesul în grup. Dacă doi indivizi se angajează într-o conversație, delimitează un anume spațiu, se orientează unul spre celălalt şi închid spațiul către celelalte persoane, întorcându-le spatele. Întreg corpul, depărtarea membrelor inferioare şi ridicarea celor superioare, contribuie la închiderea spațiului către ceilalți posibili interlocutori. A doua dimensiune se referă la tipul de postură: în cadrul poziției față în față, comunicarea este directă şi reciprocă, de tipul celei care se stabileşte între medic şi pacient sau între un cuplu de îndrăgostiți, dacă postura este paralelă, aceasta înseamnă că cei doi interlocutori se îndreaptă spre un al treilea căruia vor să-şi împărtăşească informațiile. A treia dimensiune se referă la gradul de similaritate între posturile interlocutorilor – posturi congruente şi posturi incongruente. Posturile pot deveni identice în timpul comunicării (perfect congruente) sau parțial identice (doar anumite părți ale corpului sunt orientate similar). Absența congruenței semnalează, adesea, diferențele de status sau de opinii. Posturile încordate ale unuia dintre interlocutori pot genera încordare şi celuilalt, iar creşterea congruenței posturale, mai ales în partea superioară a corpului, este simbolul unei relații de apropiere, acceptare. Relaxarea creşte dacă atracția interpersonală

1 William James (1842-1910), psiholog şi filosof american, autorul unei lucrări de pionierat în psihologie *Principiile Psihologiei* (1890) şi unul dintre primii teoreticieni ai emoțiilor (1884).

mesajului. Corpul este mai dificil de controlat decât discursul verbal, cu alte cuvinte, aspecte mai puțin conştiente pot apărea într-un discurs perfect rațional şi pot tulbura comunicarea între indivizi. Relația strânsă între limbaj şi mijloacele nonverbale o regăsim la nivelul expresiilor din vorbirea curentă: „şi-a pierdut capul“, „cu picioarele pe pământ“, „şi-a înghițit limba“. Relația dintre elementele verbale şi cele nonverbale este biunivocă: apelul la cuvinte poate la rândul său să reducă tensiunea emoțională la nivelul gesticii sau mimicii.

Postura. Prin postură înțelegem poziția corpului sau a părților sale față de axe (J. Corraze, 1980/2000, 143). Vorbim astfel despre orientarea anumitor elemente corporale: orientarea unui element al corpului față de altul care rămâne fix (capul în extensie, trunchiul drept) sau orientarea corpului (părților sale) față de alte corpuri, față de alți interlocutori: capul aplecat înainte, cu spatele la interlocutor, lateral față de interlocutor etc. În funcție de această orientare a corpului se derulează şi se interpretează gesturile, interacțiunile la nivelul feței, la nivelul mâinilor. Informațiile privind postura sunt de o deosebită importanță în raporturile agresive şi de putere între indivizi, dar şi în cadrul raporturilor sexuale.

La toate speciile de animale, tipurile de posturi corespund atitudinilor de atracție/ repulsie. Dacă avem în vedere poziția emițătorului față de receptor, acesta poate avea orientare frontală, posterioară sau laterală. Orientarea frontală este adesea semnalul agresivității, puterii, în timp ce orientarea posterioară este simbolul urmării interlocutorului sau al diminuării ostilității. Orientarea laterală, care împiedică înaintarea partenerului, poate fi interpretată, de asemenea, ca agresivă. În interacțiunile umane se pot identifica cu uşurință posturile care exprimă dominația – capul pe spate, pieptul bombat, piciorul flexat înainte, mâinile aşezate în şold şi posturile care exprimă seducția feminină: picioarele dispuse încrucişat la nivelul genunchilor („picior peste picior“), evidențierea picioarelor şi pieptului, capul lăsat pe spate (K. Lorenz, 1963/2005).

interumană, pentru a putea vorbi de „comunicare nonverbală". Consider că modificările de postură, hiper sau hipotonifierea, au loc ca răspuns la situații sociale specifice, dar şi în funcție de caracteristicile personale ale indivizilor analizați. Sándor Ferenczi (1960) susține că sunt anumiți indivizi care devin inhibați de mişcările din jur, în timpul activității intelectuale şi care au nevoie ca în timp ce gândesc să-şi suprime mişcările şi alții care, dimpotrivă, au nevoie de a fi distraşi, de a se mişca în timpul activității intelectuale. Primii, asociază activității intelectuale o „amorțire" a corpului, cea de a doua categorie – o mobilizare a corpului.

Modificările posturale reflectă şi însoțesc expresiile verbale, la nivel inconştient, astfel că raportarea la mesajul verbal este absolut necesară pentru interpretarea posturii. Semnificația diferitelor posturi trebuie interpretată şi în funcție de gradul de accesibilitate al spațiului intim, pe care îl permite subiectul. Într-un experiment condus de Jaques Corraze (1980/2000) s-a cerut subiecților să evalueze pe scale bipolare (natural-artificial, pudic-impudic, rece-cald, exprimarea apropierii-exprimarea depărtării etc.) nouă fotografii corespunzătoare modificărilor posturale, la nivelul brațelor lui Venus, dintr-o sculptură care reproduce faimoasa pictură a lui Sandro Botticelli[11] – *Naşterea lui Venus.*

Cu cât brațele femeii din fotografie ascundeau mai mult anumite porțiuni ale corpului, cu atât era percepută mai pudică, exprimând respingerea, mai rece, mai timidă, mai preocupată de sine. De asemenea, au existat diferențe între bărbați şi femei privind modul de apreciere a celor nouă posturi. Bărbații au tins să aprecieze mai mult posturile care permiteau accesul către spațiul intim, în timp ce femeile au apreciat posturile care interziceau acest acces. Postura poate însă să conțină elemente contradictorii (o mână acoperă corpul şi cealaltă limitează accesul în „spațiul proximal" (spațiul care corespunde suprafeței pielii). În relațiile de

1 Sandro Botticelli (1445-1510) – unul dintre cei mai mari pictori ai Renaşterii italiene.

se diminuează, dacă interlocutorii sunt de acelaşi sex, sau de sex feminin. Când avem de-a face cu doi interlocutori de sex masculin, între care există antipatie, se instalează încordarea şi apar posturi incongruente. De asemenea, statutul inferior al emițătorului în comparație cu receptorul generează tensiune şi creşte incongruența posturilor celor doi, situația de amenințare a emițătorului producând un efect similar. Aşadar, pentru analiza posturii trebuie să luăm în considerare nivelul relației între interlocutori, atracția dintre ei şi statusul fiecăruia.



a. Fotografie după numirea, în 2000, a Condoleezzei Rice în funcția de consilier pe probleme de securitate al SUA. Cu titlul „Preşedintele Bush ascultă de Condoleezza Rice", fotografia a apărut în ziarele din întreaga lume. Sursa: www.rainews24.it



b. Cancelarul german Angela Merkel şi preşedintele Rusiei, Vladimir Putin, la întâlnirea grupului celor mai industrializate opt națiuni, Heiligendamm, Germania 6-8 iunie 2007. Sursa www.metimes.com

Fig. 2.13. Tipuri de posturi: a. posterioară; b. laterală

Modelarea posturii are rol esențial în exprimarea emoțiilor. Cercetările cu privire la modificarea tonusului muscular în funcție de reacțiile emoționale au obținut rezultate contradictorii (*cf* J. Corraze, 1980/2000). Creşterea tonusului muscular apare ca răspuns la situațiile de stres, dar variațiile în funcție de particularitățile individuale sunt mari. Uneori, modificările tonusului muscular sunt insuficient percepute în comunicarea

anumite orientări corporale. Interpretarea unei posturi ca „închisă“ sau „deschisă“ trebuie să țină seama de orizontul cultural în care evaluăm mesajul.

Mimica. Expresiile feței. Dacă expresiile faciale sunt universale sau cultural determinate sunt întrebări care preocupă cercetătorii de peste o sută de ani. Cele mai multe cercetări în acestă zonă au urmărit modul în care observatori din culturi diferite etichetau expresiile faciale în cadrul unor fotografii. Evidența universalității unora dintre expresiile faciale a rezultat în urma etichetărilor similare şi a clarității identificării emoțiilor care se subînscriu expresiilor faciale prezentate.

Charles Darwin, în 1867, a încercat pentru prima dată să demonstreze că există expresii faciale universale, care pot fi întâlnite la toate culturile şi rasele umane, inclusiv în comunitățile izolate, adresând întrebări englezilor care trăiau în regiuni georgrafice diferite ale Globului: Africa, America, Australia, Borneo, China, India, Malaezia şi Noua Zeelandă, privind expresiile faciale care însoțeau exprimarea emoțiilor la populațiile băştinaşe. În urma analizei răspunsurilor a peste 36 de observatori, Ch. Darwin (1872/1967, 14) concluziona că „aceeaşi stare psihică este exprimată în toată lumea cu o uniformitate remarcabilă, […] ca o dovadă a strânsei asemănări a structurii corporale şi a dispoziției mintale a tuturor raselor omeneşti“ şi enunță trei principii generale care, în opinia sa, guvernează exprimarea emoțiilor:

1. Principiul obiceiurilor folositoare asociate. Este vorba de acțiuni reflexe, care sunt folositoare şi devin obişnuit-asociate cu anumite stări emoționale. Ch. Darwin (1872/1967, 20) susținea astfel că există manifestări nonverbale (inclusiv expresii faciale) care se pot învăța, „pot fi parțial reprimate prin voință“, prin asocierea reflexă cu o stare emoțională. Consider că prin expunerea acestui principiu, naturalistul britanic a prefigurat teoria învățării condiționate, dezvoltată ulterior de fiziologul rus Ivan Petrovici Pavlov (1849-1936), în urma experimentelor conduse între 1890-1900.

2. Principiul antitezei. Când individul experimentează o stare emoțională opusă celei inițiale, mişcările corporale se reglează

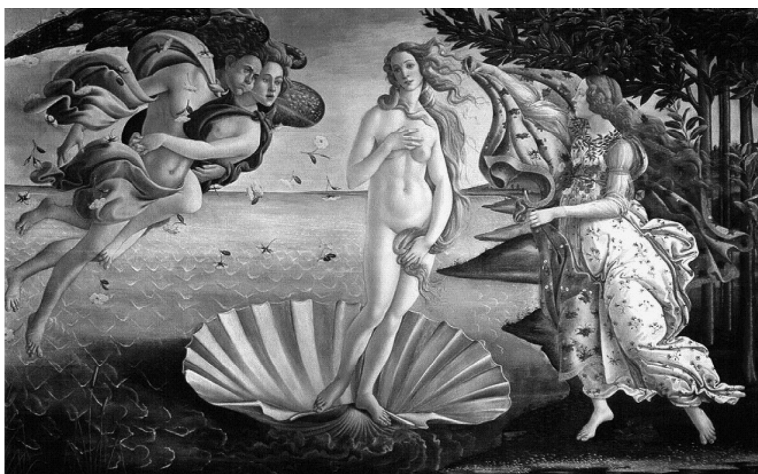


Fig. 2.14. *Naşterea lui Venus* (pictură de Sandro Botticelli, 1480) Sursa: http://www.arthistory.sbc.edu

curtare întâlnim adesea aceste semnale posturale contradictorii, în care au loc succesiuni de mişcări de înaintare şi retragere faţă de partener. Ele contribuie la menţinerea şi nu la eliminarea tensiunii asociate întâlnirii.

Interacţiunile dintre indivizi pot determina încălcarea reciprocă a spaţiului proximal fie prin intersectare, fie prin incluziune. Într-un experiment similar, Jaques Corraze prezintă subiecţilor şase fotografii ale unui cuplu aflat în interacţiune. Poziţia braţelor a fost importantă în analiza calităţii interacţiunii celor doi. Când braţele erau îndreptate spre partener, femeia era văzută ca fiind caldă, iubitoare. Când braţele femeii se menţineau pe lângă corp, poziţia picioarelor devenea elementul central în evaluarea calităţii relaţiei – dacă erau îndreptate spre partener (închizând spaţiul proximal) femeia era percepută ca rece, pasivă, puţin iubitoare, pe când picioarele îndreptate în lateral şi pieptul spre partener creau efectul invers, de activism, deschidere, căldură.

Corpul uman este capabil să adopte o mulţime de posturi însă, în funcţie de factori culturali şi situaţionali, sunt alese

Paul Ekman (1997, 334) leagă exprimarea emoțiilor de universalitatea expresiilor faciale, subliniind că atunci când subiecții sunt rugați să spună ce anume le transmite o expresie facială sau alta, menționează nu doar emoția pe care cred că o încearcă interlocutorul, ci şi alte aspecte: (1) evenimentul care cred că a generat respectiva expresie facială (vedem pe cineva încruntat şi spunem „l-a supărat cineva/ceva"); (2) gândurile, planurile, aşteptările, amintirile interlocutorului („şi-a adus aminte de ceva trist"); (3) starea psihică a persoanei („se simte trist"); (4) metafore sugestive („fierbe de mânie"); (5) ce cred că urmează să facă interlocutorul („e gata să lovească pe cineva"); (6) ce doreşte cel care afişează o asemenea expresie facială de la interlocutorul său („ar vrea să i se spună despre ce este vorba"). Este evidentă necesitatea interpretării expresiilor faciale în funcție de context, pentru a ne da seama care dintre variante este mai aproape de adevăr, combinații ale acestora fiind de asemenea posibile: o persoană se poate simți tristă ca urmare a faptului că şi-a amintit de ceva trist. Cu alte cuvinte, gradul de familiaritate cu interlocutorul, informații despre clasa socială, cultura căreia aparține sunt elemente importante în interpretarea expresiilor faciale.

Suntem însă atât de obişnuiți să decodificăm expresiile faciale ale celorlalți că facem acest lucru aproape instantaneu, fără a fi conştienți de procesele cognitive menționate. Paul Ekman (1997, 335) avansează o ipoteză interesantă: aceea că indivizii tind să folosescă scurtături în decodificarea informațiilor transmise cu ajutorul expresiilor faciale, menționând mai degrabă o emoție – „tristețe" decât cele şase elemente menționate mai sus, pentru că este mai uşor să folosescă un singur cuvânt şi pentru că au învățat să se exprime astfel, cei mai educați procedând mai degrabă la a descrie o emoție decât cei mai puțin educați.

Cercetarea expresiilor faciale are în vedere inclusiv aspecte legate de fizionomie şi rolul lor în structurarea relațiilor interpersonale. Într-un studiu experimental, Caroline Keating, Allan Mazur şi Marshall Segall (1977) demonstrează că poziții diferite ale sprâncenelor transmit informații despre statutul dominant/

automat şi involuntar. Pentru a exemplifica acest principiu, să ne imaginăm o persoană aflată la volan şi ascultând muzica preferată, binedispusă. Putem observa sclipirea ochilor, mărirea dimensiunilor corpului (ocuparea relaxată a scaunului, cu corpul lăsat, în voie, pe spate), afişarea unui zâmbet larg, ritm susținut al vorbirii etc. Dar dacă, în momentul imediat următor, acelaşi sofer este oprit de un polițist, suspectat fiind că nu a respectat întocmai regulile de circulație, elementele nonverbale se reglează automat la noua stare emoțională cauzată de schimbarea situației: dimensiunile corpului se micşorează, zâmbetul dispare (transformându-se eventual într-unul reținut, cu buzele strânse), fruntea se încruntă uşor, privirea se orientează în jos, gesturile devin precipitate.

3. Principul acțiunilor datorate constituției sistemului nervos, independente de voință şi parțial de obişnuință. Aici Charles Darwin se referă la reacțiile fiziologice care însoțesc manifestările emoționale: înroşirea pielii, paloarea, tremurul muşchilor, intensificarea bătăilor inimii etc.

Începând cu Charles Darwin, problematica expresiilor emoționale universale a preocupat cercetătorii din întreaga lume. Despre emoții „de bază“, „primare“ sau „fundamentale“ s-a vorbit mult fără a se specifica însă ce este „ primar“ în cadrul acestor emoții „primare“ şi prin ce se diferențiază ele de cele „secundare“. Aceasta, cu atât mai mult cu cât există divergențe între cercetători cu privire la numărul de expresii emoționale fundamentale şi etichetele lingvistice asociate lor. Andrew Ortony şi Terence J. Turner (1990) prezintă o metaanaliză a cercetărilor care au avut ca scop identificarea emoțiilor primare, subliniind faptul că înțelegerea criteriului avut în vedere de cercetători, când au clasificat o emoție ca fiind „primară“ sau nu, poate lămuri diversitatea punctelor de vedere care sunt, în esență, complementare şi nu divergente (Tabelul 2.1).

Problematica emoțiilor şi a rolului lor în viața socială, precum şi analiza distincției între „emoții primare“ şi „emoții secundare“ a fost prezentată pe larg de Septimiu Chelcea (2007), care subliniază cristalizarea unui nou domeniu în ştiințele socio-umane: sociologia emoțiilor.

Gray (1982)	Furie şi teroare, anxietate, bucurie (*rage* and *terror*, *anxiety*, *joy*)	Puternic ramificate *Hardwired*
Izard (1971)	mânie, dispreț, dezgust, distres, frică, vinovăție, interes, bucurie, ruşine, surpriză (*anger*, *contempt*, *disgust*, *distress*, *fear*, *guilt*, *interest*, *joy*, *shame*, *surprise*)	Puternic ramificate *Hardwired*
James (1884)	frică, mâhnire adâncă, iubire, furie (*fear*, *grief*, *love*, *rage*)	Implicarea modificărilor corporale *Bodily involvement*
McDougall* (1926)	mânie, dezgust, entuziasm, frică, supunere, delicatețe, mirare (*anger*, *disgust*, *elevation*, *fear*, *subjection*, *tender-emotion*, *wonder*)	În relație cu instinctele *Relation to instincts*
Mowrer (1960)	suferința, plăcerea (*pain*, *pleasure*)	Stări emoționale neînvățate *Unlearned emotional states*
Oatley şi Johnson-Laird (1987)	mânie, dezgust, anxietate, fericire, tristețe (*anger*, *disgust*, *anxiety*, *happiness*, *sadness*)	Nu necesită conținut propozițional *Do not require propositional content*

dominat al interlocutorilor. În urma analizei unor fotografii ale unor bărbați având sprâncenele dispuse în mod diferit, subiecții au evaluat ca fiind mai „dominanți“ bărbații care aveau sprâncenele „coborâte“, în comparație cu subiecții care aveau sprâncenele „ridicate“. Rezultatele au fost similare când în fotografii au fost prezentate personaje de desene animate.

Tabelul 2.1. Selecție din lista emoțiilor „fundamentale“ (după A. Ortony şi T.J. Turner, 1990, 316)

Autorul	**Emoțiile fundamentale identificate**	**Criteriul folosit**
Arnold (1960)	mânie, aversiune, curaj, descurajare, dorință, disperare, frică, ură, speranță, iubire, tristețe (*anger*, *aversion*, *courage*, *dejection*, *desire*, *despair*, *fear*, *hate*, *hope*, *love*, *sadness*)	În relație cu intenția de acțiune *Relation to action tendencies*
Ekman, Friesen şi Ellsworth (1982)	mânie, dezgust, teamă, bucurie, tristețe, surpriză (*anger*, *disgust*, *fear*, *joy*, *sadness*, *surprise*)	Expresii faciale universale *Universal facial expression*
Frijda (1986)	dorință, fericire, interes, surpriză, mirare, mâhnire (*desire*, *happiness*, *interest*, *surprise*, *wonder*, *sorrow*)	Moduri de pregătire a acțiunii *Forms of action readiness*

Într-un studiu similar, Ulrich Mueller şi Allan Mazur (1996) au pus în evidenţă relaţia dintre trăsăturile feţei şi promovarea în cariera militară. Cei doi cercetători au analizat trăsăturile faciale ale unor elevi, absolvenţi ai unei şcoli militare, sub raportul dominanţă-submisivitate, folosind fotografiile lor de la absolvire. Trăsăturile feţei astfel evaluate au fost corelate ulterior cu promovarea în carieră. Deşi pe termen mediu (doi ani) nu s-a determinat o legătură semnificativă statistic între caracteristicile care exprimă dominanţa şi probabilitatea promovării, pe termen lung (peste 20 de ani) prezenţa anumitor trăsături faciale a corelat semnificativ cu promovarea în carieră şi cu posibilitatea ocupării unor poziţii militare cu rang înalt. Studiul arată că probabil absenţa unei fizionomii corespunzătoare modelului tipic pentru o poziţie de rang înalt poate constitui, pe termen lung, un dezavantaj. „Micile legende“ care însoţesc viaţa militară („avea faţă de general“ „părea a fi născut să fie general“) pot avea, în fapt, corespondenţă în realitate. În timp ce variabile ca educaţia părinţilor, *background*-ul familial nu au corelat semnificativ cu rangul militar obţinut, prezenţa unor trăsături dominante ale feţei a constituit un bun predictor, mai ales pentru a distinge între poziţiile medii şi cele superioare.

Ne putem întreba ce trăsături ale feţei exprimă dominanţa sau, şi mai general, ce trăsături ale feţei sunt asociate cu un anume tip de personalitate? Trăsăturile care exprimă dominanţa, la diferitele specii de animale, sunt în general cele care arată maturizarea sexuală (K. Lorenz, 1963/2005). Caroline Keating (1985, 65) argumentează că trăsăturile asociate maturităţii fizice sunt semnale ale dominanţei la indivizii umani, la fel ca şi în cazul celorlalte specii. Indivizii cu maxilare puternice (semnal care indică maturizarea dentiţiei în rândul primatelor), cu faţa proeminentă, buzele subţiri, părul puţin (semnal asociat cu înaintarea în vârstă) sunt percepuţi mai dominanţi. Într-un studiu transcultural, Caroline Keating (1985) a prezentat unor subiecţi mai multe fotografii ale unor adulţi cu diferite trăsături ale feţei. Fotografiile au fost grupate în perechi, iar subiecţii au fost rugaţi să aleagă faţa cea mai

Panksepp (1982)	speranță, frică, mânie, panică (*expectancy*, *fear*, *rage*, *panic*)	Puternic ramificate *Hardwired*
Plutchik (1980)	acceptare, furie, anticipare, dezgust, bucurie, frică, tristețe, surpriză (*acceptance*, *anger*, *anticipation*, *disgust*, *joy*, *fear*, *sadness*, *surprise*)	În relație cu procesele biologice adaptative *Relation to adaptative biological process*
Tomkins (1984)	mâhnire, interes, dispreț, dezgust, distres, tristețe, bucurie, teamă, surpriză, rușine (*anger*, *interest*, *contempt*, *disgust*, *distress*, *fear*, *joy*, *shame*, *surprise*)	Densitatea rețelelor neuronale *Density of neural firing*
Watson (1930)	frică, iubire, mânie (*fear*, *love*, *rage*)	Puternic ramificate *Hardwired*
Weiner și Graham (1984)	fericire, tristețe (*happiness*, *sadness*)	Atribuiri independente *Attribution independent*

Notă. Nu toți teoreticienii prezentați în acest tabel au susținut în aceeași măsură ideea de emoții de bază. Pentru unii este o problemă de importanță crucială (de exemplu, Izard, 1971; Panksepp, 1982; Plutchik, 1980; Tomkins, 1984), în timp ce pentru alții prezintă un interes secundar, evitând să discute propriu-zis despre emoții de bază (de exemplu, Mowrer, 1960; Weiner și Graham, 1984).

* Prima ediție a lucrării *An Introduction to Social Psychology* de William McDougal a apărut în 1908 (n.n.)

„spălăcită“, „sură“, dar şi „devastatoare“, „harnică“, „înrobită“, „zâmbitoare“, „umedă“. Poeţii şi prozatorii români au surprins în lucrările lor multe dintre nuanţele interacţiunilor umane la nivelul ochilor, care sunt puţin redate în cercetările din zona comunicării interumane (S. Chelcea, 1988, 156).

În cadrul relaţiilor interpersonale, privirea (*eye-contact*) oferă un *feedback* important privind reacţiile celuilalt (M. Argyle, 1967). Observaţiile ontogenetice susţin că răspunsurile pozitive ale copilului (zâmbetul) orientate către feţele umane şi modul de a privi se dezvoltă în primele săptămâni de viaţă. Între a 25-a şi a 28-a zi din viaţa copilului mic, apare orientarea privirii, când se opreşte activitatea explorativă aleatoare şi copilul începe să-şi privească mama.

În mod similar, cercetările din cadrul „etologiei umane“ (termen introdus în 1966 de Irenäus Eibl-Eiblsfeldt) surprind caracterul universal al schimbului de priviri care sunt asociate flirtului. O femeie din tribul african Himba (trib izolat de civilizaţia modernă) flirtează în mod asemănător cu o studentă care vede un tânăr atractiv în metrou. Ambivalenţa privirilor (acord/refuz) este specifică ambelor: (1) îşi reţine zâmbetul prima, (2) aproape închide ochii, (3) înclină capul şi priveşte lateral, (4) iscodeşte cu privirea, (5) face ochii mici, (6) întoarce capul, (7) stabileşte contactul vizual, (8) arată, în final, acordul deschis pentru dezvoltarea unei relaţii interpersonale (după S. Chelcea şi A. Chelcea, 1990, 24).

Experimentele au arătat că indivizii tind spre un echilibru al distanţei în relaţiile interpersonale şi adoptă, conform acestei distanţe, un anumit model de contact vizual. În timpul interacţiunilor sociale, oamenii se uită în ochii celorlalţi în repetate rânduri, însă privesc mai mult când ascultă ceea ce vorbeşte celălalt, menţinând privirea trei până la zece secunde. Dacă privirea îndreptată spre celălalt se prelungeşte, se instalează disconfortul interlocutorului. Elliot Aronson (1999) remarca faptul că a nu privi în ochii celuilalt când vorbeşti poate genera suspiciune în cultura americană şi, de asemenea, a vorbi cu cineva care poartă ochelari de soare poate crea o situaţie de disconfort. În alte culturi însă, a privi în ochii celuilalt este

dominantă. În 10 din cele 11 culturi analizate anumite tipuri de fețe au fost văzute în mod constant ca dominante de majoritatea evaluatorilor. Studiul a relevat faptul că bărbații cu trăsături dominante sunt văzuți mai atractivi, atât de evaluatorii femei cât şi de evaluatorii bărbați alegând ca atractive aceleaşi fețe ale bărbaților pe care îi evaluaseră ca fiind dominanți. În schimb, între atractivitate şi dominanță se manifestă o relație inversă în cazul femeilor. Caracteristicile imature, copilăreşti, juvenile joacă un rol în definirea atractivității feminine. Din acest punct de vedere, dimensiunile ochilor şi proeminența buzelor sunt asociate caracterului dominant/non-dominant al celui evaluat. Caroline Keating arăta că identificarea caracteristicilor dominante ale feței, la bărbați, a fost mai facilă pentru subiecții evaluatori decât identificarea acestora la femei. Consider că alte elemente nonverbale intervin în evaluarea dominanței feminine: caracteristicile vocii, elemente legate de postură şi gestică, dar şi artefactele.

> Îmi amintesc o conversație interesantă cu o cercetătoare care studia stereotipurile şi autostereotipurile femeilor manager din Olanda. Îmi spunea că femeile aflate în aceste poziții cred că nu pot fi luate în serios decât dacă se îmbracă în costume tipic bărbăteşti, nu stau „picior peste picior“ (este vorba de postura genunchi peste genunchi) şi vorbesc tare, răspicat. De aceea, multe dintre ele, înaintea unei întâlniri importante de afaceri, adoptau o îmbrăcăminte extrem de sobră, adăugau chiar cravata (accesoriu tipic masculin) şi îşi dregeau vocea ca să nu pară „pițigăiată“.

Privirea. Exprimând sentimente, atitudini, privirea poate descifra trăirile emoționale ale interlocutorului şi poate influența relațiile interpersonale. O analiză a cuvintelor prezente în cadrul primului *Dicționar de epitete în limba română* (Marin Bucă, 1985), mai mult de jumătate dintre ele denumesc trăsături psihice, de personalitate sau caracteristici bio-psiho-culturale umane. În legătură cu expresia ochilor există aproximativ 270 de calificative stilistice apreciative, iar substantivul „privire“ întruneşte 530 de epitete, fiind pe locul al II-lea, ca număr de determinări stilistice: „albastră“, „galbenă“, „neagră“,

închiderea canalului de comunicare cu prima persoană. Contactul la nivelul privirii include obligaţia de a interacţiona. Dacă un vânzător, spre exemplu, se lasă privit, el îşi manifestă dispoziţia de a fi la dispoziţia clientului.

3. *Stabilirea, confirmarea* relaţiilor sociale. Privirea poate fi un indicator al tipului de relaţie socială care se stabileşte între interlocutori: atracţie, supunere, dominare etc. Atracţia faţă de persoanele cu pupilele dilatate a fost probată, în cadrul unui studiu experimental realizat de către M. Niedenthal şi N. Cantor în 1982 (*apud.* S. Chelcea, 2002, 73).

Orientarea privirii este strâns legată de motivaţia nevoii de afiliere şi, alături de mişcările corporale, determină un anumit echilibru la nivelul proximităţii între două persoane (M. Argyle, 1967). Pentru că în spatele privirii se află forţe ale atracţiei/respingerii interpersonale, ne aşteptăm să existe un echilibru al intensităţii privirii (contactului vizual) pentru o persoană aflată în relaţie cu o alta, echilibru dat de situaţie şi de distanţa socială, la un moment dat. Astfel, există un contact vizual mai redus, priviri mai scurte, cu cât indivizii sunt plasaţi mai aproape unii de alţii. Efectul apropierii fizice este mai puternic dacă perechile sunt de sex opus (D.J. Knight, D. Langnezer şi D.C. Lundgren, 1973). Pentru a exista un echilibru al intimităţii, cele două persoane aflate în contact procedează la o situaţie de compromis. Dacă intimitatea creşte, individul va genera reducerea ei până la niveluri normale, fie prin redirecţionarea privirii, fie prin mărirea distanţei fizice faţă de interlocutor.

Edward Hall (1969/1990) arăta că americanii nu stau la o distanţă mai mică de 20 cm, când vorbesc cu un străin de acelaşi sex. Dacă sunt forţaţi să interacţioneze mai aproape, indivizii reacţionează prin orientarea privirii în altă parte. De asemenea, dacă subiecţii sunt aşezaţi în grupuri de câte zece persoane, se observă faptul că aceştia tind să vorbească mai degrabă cu cei aflaţi la o distanţă de două locuri decât cu cei aflaţi „imediat lângă". Pentru contactul vizual există o distanţă socială maximă şi minimă. Într-un experiment condus de Michael Argyle şi Janet Dean (1995) s-a demonstrat

interpretat ca lipsă de respect, mai ales față de persoane cu poziții superioare. Cercetările realizate în Nigeria, Puerto Rico, Tailanda sau Japonia, prezentate de Elliot Aronson, au arătat că tinerii şi copiii nu sunt încurajați să realizeze contacte directe la nivelul ochilor cu profesorii lor sau în interacțiunile cu alți adulți. În schimb, arabii utilizează numeroase contacte la nivelul ochilor în relațiile interpersonale, cu o durată care ar putea fi stânjenitoare pentru indivizii din alte culturi.

Fără contact la nivelul ochilor însă, oamenii nu simt că pot comunica pe deplin. Schimbul de priviri introduce reciprocitatea în relațiile interumane. Vorbind de privire analizăm: intensitatea privirii – cantitatea de contact vizual care poate varia de la 0% (a nu privi interlocutorul) la 100% (*mutual gaze*), dar şi direcția privirii. De asemenea, putem analiza durata privirii (care dintre interlocutori reuşeşte să privească pe celălalt mai mult timp). Intensitatea privirii este mai mare când subiectul ascultă, decât atunci când el însuşi vorbeşte (în raport de 3 la 1), iar în ceea ce priveşte direcția privirii, indivizii privesc „în sus“ la sfârşitul unor fraze din cadrul discursului sau la finalul discursului şi privesc înainte, la începutul unor fraze lungi (M. Argyle, 1967). De asemenea, în timpul discursurilor mai puțin personale, când conținutul discursului se bazează pe elemente cognitive, argumente logice, intensitatea privirii creşte, comparativ cu discursurile personale. Există, de asemenea, diferențe de gen în ceea ce priveşte intensitatea privirii, femeile fiind angajate în contacte la nivelul ochilor mai mult decât bărbații. Direcționarea privirii depinde şi de tipul de relație care se stabileşte între partenerii de discuție, fiind mai mare dacă partenerii sunt atraşi unul de celălalt sau se află în relații de cooperare, decât dacă ei sunt în conflict.

Analizând funcțiile privirii, Michael Argyle (1967) se referă la:

1. *Căutarea informației*. Indivizii caută un răspuns al acțiunilor lor în ochii celorlalți, care este absolut necesar pntru adaptarea în continuare a discursului.

2. *Semnalarea deschiderii canalului de comunicare*. Dacă în cadrul unei conversații între două persoane, unul dintre interlocutori întoarce privirea către un al treilea, aceasta înseamnă

răspuns specific şi că un actor social poate comunica cu un altul manipulând intensitatea acestor răspunsuri, utilizând „semnale ale sprâncenelor“. Mai mult, răspunsurile subiecţilor la *mutual gaze* sunt un bun predictor al gradului de dominanţă al individului în grup.

Proximitatea. Comunicăm desigur cu mâinile, cu ajutorul expresiilor faciale, al privirii, dar comunicăm şi prin spaţiu, prin atingeri. Cei care ţin un discurs, apropiaţi fiind de auditoriu, cu privirea îndreptată spre acesta obţin un alt efect decât cei care se plasează la o anumită distanţă, menţin privirea „în pământ“ sau mâinile la spate.

Edward Hall (1969/1990) distinge patru distanţe spaţiale care delimitează natura relaţiilor interumane:

> – *distanţa intimă* (până la 40-50 cm) în care poţi simţi prezenţa celuilalt, mirosul, respiraţia. Este un spaţiu de protecţie pentru individ, accesibil numai persoanelor foarte apropiate, partenerului. Apropierea interlocutorilor, până la distanţa intimă, determină apropiere psihologică.
>
> – *distanţa personală* (50-75 cm), în care indivizii îşi pot atinge mâinile, defineşte limita contactului fizic asupra celorlalţi. La acest nivel nu putem detecta căldura, respiraţia celuilalt şi în general avem dificultăţi în a menţine contactul la nivelul ochilor. Dacă acest spaţiu este încălcat, ne simţim inconfortabil, sesizabil prin mişcări excesive la nivelul corpului (în special partea inferioară). În anumite situaţii însă (la o petrecere) nu părem deranjaţi de această „invadare“. Reacţia faţă de invadarea spaţiului personal este în funcţie de tipul de relaţie pe care o avem cu interlocutorul (dacă manifestăm atracţie faţă de acesta, gradul de toleranţă este mai mare).
>
> – *distanţa socială* (1,5m – 3,5m) este distanţa în care pierdem detaliile privind micromişcări ale interlocutorului şi la care se desfăşoară cele mai multe din interacţiunile individuale obişnuite, tranzacţiile, afacerile cu caracter formal. Dispunerea mobilierului unui birou este poziţionată în aşa fel încât să se ţină seama de respectarea acestei distanţe. Contactul la nivelul

că indivizii stabilesc un punct de echilibru între distanță și privire, situat mult mai aproape dacă au ochii închiși. Subiecții au fost invitați să privească un interlocutor așezându-se „atât de aproape încât să se simtă confortabil“. Au existat diferențe între adulți și copii, copiii menținând un punct de echilibru mai apropiat, indiferent de situație. Cei doi cercetători au așezat interlocutorii față în față, pe scaune situate la distanțe de 20, 60 până la 100 cm. Unul dintre interlocutori, complice al experimentatorului, privea continuu subiectul naiv. Acesta din urmă a variat intensitatea privirii în funcție de distanța care-l despărțea de complice. Practic, intensitatea privirii a scăzut odată cu proximitatea fizică, mai mult la perechile de sex opus. Dacă s-a variat unghiul în care erau dispuși cei doi interlocutori, s-a observat că efectele distanței au fost mai mari atunci când aceștia erau așezați la 90 grade și mai mici când erau dispuși la 180 de grade. Subiecții s-au angajat într-o serie de mișcări pentru a reduce intimitatea și a restabili echilibrul: au privit în jos, și-au ascuns ochii cu mâna, și-au reglat vocea, și-au suflat nasul, au acoperit o parte a corpului cu mâna.

Un interes aparte pentru cercetare l-a suscitat „privirea ochi în ochi“ sau „holbarea“ (*mutual gaze*), considerată un gest îndrăzneț în cadrul multor culturi. Acest gest este strict legat de raporturile de dominanță și amenințare, atât la om cât și în lumea animală. Totuși, interpretarea sa trebuie realizată în funcție de context, uneori „privirea ochi în ochi“ fiind utilizată pentru a solicita ajutorul (E. Goffman, 1959/2003). Dacă două persoane A și B intră într-o încăpere, iar A se uită fix la B, putem afirma că avem de a face cu un raport de dominare, B este tensionat și își poate muta privirea eliminând disconfortul sau poate la rândul lui să-l privească pe A, creându-i acestuia disconfort. Jocul de putere va continua până când unul dintre interlocutori va coborî privirea „recunoscându-se învins“. Totuși, în sens strict, „privirea ochi în ochi“ are o durată cuprinsă între 1,5 și 3 secunde, dincolo de care există mișcări ale ochilor de evitare, clipire, redirecționare a privirii. Într-o suită de experimente, Allan Mazur, Eugene Rosa *et al.* (1980) au confirmat faptul că *mutual gaze* determină un

interacţiune diferite: prietenii mai aproape decât necunoscuţii, persoanele cu care cooperăm, mai aproape decât cele cu care suntem în competiţie.

Într-un experiment realizat de Bruce Harris, E.R Luginbuhl şi Jill E. Fishbein (1978), se analizează modul în care indivizii răspund la violarea spaţiului personal, variindu-se densitatea indivizilor în situaţia socială dată. Când densitatea este scăzută, atribuirea cauzei încălcării spaţiului personal este la nivelul intrusului, astfel că subiectul se poate simţi ameninţat. Răspunsurile la încălcarea spaţiului personal pot fi diverse: de la schimbări de poziţie la interpunerea unor bariere simbolice sau răspunsuri verbale adresate agresorului. Când densitatea este ridicată, intruziunea poate fi percepută ca rezultat al aspectelor situaţionale, exterioare intrusului. Pe de altă parte, densitatea socială ridicată poate intensifica tensiunea asociată încălcării spaţiului personal, pentru că influenţa stimulilor externi depăşeşte nivelul de saturaţie. Rezultatele experimentului au arătat că bărbaţii au reacţionat mai puternic la încălcarea spaţiului personal în condiţiile de densitate scăzută decât în cele de densitate ridicată, doar atunci când intrusul a fost un alt bărbat. Pentru bărbaţi, densitatea socială a determinat şi frecvenţa anumitor răspunsuri: privirea peste umăr, fuga, mai probabil să apară în situaţii cu densitate ridicată. Jeffrey Fisher şi Donn E. Byrne (1975) au arătat că bărbaţii răspund mai negativ decât femeile la invaziile frontale, în timp ce femeile răspund mai negativ decât bărbaţii la invaziile laterale.

Distanţa fizică este legată de atracţie prin faptul că indivizii reţin mai bine stimulii proximi (E. Walster şi E. Berscheid Hatfield, 1969). Proximitatea determină repetare, intensificarea relaţiei cu stimulul în cauză care conduce, probabil, la o creştere a atractivităţii faţă de acesta. Nu avem sentimente de plăcere, neplăcere faţă de persoanele cu care nu interacţionăm, sau pe care le vedem extrem de rar. În acelaşi timp, există tendinţa indivizilor de a creşte proximitatea cu persoanele pe care le iubesc. Studiile care au încercat să arate că există o legătură între distanţa, manipulată la un moment dat, şi nivelul atracţiei exprimate, au obţinut rezultate contradictorii. Allen

ochilor este foarte important pentru a menține un nivel optim al comunicării, vocea este mai ridicată, iar inflexiunile vocii au rolul de a reduce distanța socială.

– *distanța publică* (3m - 6m) este distanța în care individul este protejat şi poate deveni defensiv dacă este atacat. La acest nivel, pierdem foarte multe detalii ale interlocutorului: expresiile feței, direcția privirii, dar suntem îndeajuns de aproape pentru a urmări acțiunile acestuia.

Distanțele prezentate nu sunt fixe şi pot varia în funcție de norme cultural determinate. Popoarele latine şi cele din Orientul Mijlociu micşorează distanțele în interacțiunile umane, comparativ cu cele nordice. Statusul interlocutorilor este una dintre variabilele care pot determina creşterea sau micşorarea distanțelor personale. De asemenea, factori contextuali generează tendințe de mărire sau micşorare a distanței față de interlocutor. Cu cât spațiul fizic în care ne aflăm este mai larg, cu atât tindem să micşorăm distanța interpersonală. Spațiul în care se conversează va fi mai mare într-un apartament decât pe stradă şi va fi mai mic într-o încăpere spațioasă, decât într-una îngustă. În plus, subiectul în jurul căruia se desfăşoară interacțiunea poate genera variații ale spațiului de interacțiune. Când vorbim despre probleme personale sau împărtăşim secrete, menținem o distanță mai redusă decât atunci când vorbim despre probleme cu carater general sau avem discuții formale. Menținem o distanță mai mică dacă suntem lăudați decât atunci când suntem criticați (J. De Vito, 1987, 159).

Diferențele de sex şi vârstă se reflectă în distanțe de relaționare diferite. Femeile interacționeză menținând distanțe personale mai mici decât bărbații, iar când este vorba de perechi de sex opus – distanța se măreşte. În mod similar, copiii interacționează mai aproape de adulți comparativ cu interacțiunile față de partenerii de aceeaşi vârstă. Distanța interpersonală este un determinant al interacțiunilor sociale care suportă influențe nu numai din perspectivă culturală, dar şi din punct de vedere al socializării: se învață. În plus, sentimentele pozitive sau negative față de interlocutor pot determina distanțe de

un plus de informații și individul „infereazǎ existența unei corespondențe" între proximitate și intenție.

În viața de zi cu zi, analiza interacțiunilor sociale se face luând în considerare un ansamblu de elemente nonverbale, specifice mai multor canale de comunicare. Doar în situații excepționale, ne raportăm la un singur element (expresia facială, proximitatea interacțiunii, direcția privirii etc.) în evaluarea celuilalt. De cele mai multe ori, ne raportăm la un ansamblu „molar" de elemente nonverbale, care capătă alt sens decât particulele „moleculare" [1] care îl compun.

Rolul contextului social în analiza comunicării nonverbale

Este general acceptată ideea că nu putem înțelege și interpreta mesajele nonverbale în afara contextului social. În Capitolul 1 am discutat conceptul de „context social" (vezi Figura 1.15), înțeles ca mediu (fizic și social) și structură socială (norme, reguli și relații sociale), subliniind faptul că prezenta lucrare tratează contextul social predominant din perspectivă psihosociologică, cu accent pe interacțiunile reale sau imaginare dintre actorii sociali și pe competențele comunicaționale ale acestora.

Consider că relația dintre contextul social și comportamentul nonverbal este biunivocă: contextul social modelează comportamentul nonverbal, putându-se analiza impactul normelor culturale, sociale, influența prezenței altora, genului sau statusului acestora, dar comportamentul nonverbal are, de asemenea, impact asupra contextului social, modificând rezultatele interacțiunilor sociale, ceea ce simte, crede sau face un interlocutor. Acest punct de vedere este argumentat și de Pierre Philippot, Robert S. Feldman și Erik J. Coats (1999) într-un volum colectiv care a reunit contribuții în domeniul

1 N. Ambady și R. Rosenthal (1993) disting între „comportament nonverbal molar" (*molar nonverbal behavior*) – evaluare de ansamblu a elementelor nonverbale și „comportament nonverbal molecular" *(molecular nonverbal behavior)* – evaluare separată a elementelor nonverbale care alcătuiesc un întreg.

Schiffenbauer şi Steven R. Schiavo (1976) au demonstrat experimental că relaţia distanţă - atracţie este mediată de calitatea interacţiunilor dintre participanţi. Cu alte cuvinte, dacă un individ apropiat spaţial realizează aprecieri la adresa noastră, este plăcut mai mult decât un altul aflat „la depărtare"; dacă însă individul situat proxim face aprecieri negative, poate fi plăcut mai puţin decât un altul aflat „la depărtare".

Într-un studiu condus de Arnold Kahn şi Timothy A. McGaughey (1977) s-a analizat dacă o persoană care alege să stea „lângă" este percepută mai pozitiv decât o alta care alege să stea „departe". În condiţiile în care intenţia celuilalt de a se aşeza „aproape", respectiv „departe" nu era ambiguă, s-a evidenţiat o relaţie pozitivă între distanţă şi nivelul atractivităţii, însă numai pentru subiecţii de sex opus. Acest lucru arată că interpretarea situaţiei experimentale nu s-a realizat în termeni de „proximitate" ci, mai degrabă, în termeni sexuali. Dorinţa de acceptare a partenerilor de sex opus şi de dominare în grup este cea care a determinat atracţia faţă de partenerul de sex opus care se aşeza „aproape". Experimentul a arătat că există un *pattern* diferit de abordare a relaţiei atracţie-proximitate, în funcţie de sex: bărbaţii au arătat semnificativ mai mare atracţie faţă de femeile care se aşezau „lângă" decât faţă cele care alegeau să se aşeze „la distanţă", pe când femeile au manifestat atracţie sporită pentru bărbaţii care se aşezau „la distanţă". În opinia mea, acest lucru arată că bărbaţii reacţionează diferit la anumite aspecte ale proximităţii cu persoanele de sex opus. Pentru bărbaţi apropierea, atenţia acordată, dezvoltă atracţie, pentru femei depărtarea celuilalt este sursă de evaluare. Atribuirea situaţiilor este diferită: femeile consideră că situarea „lângă" a bărbaţilor este datorată „şansei" şi nu „intenţiei", pe când situarea „la distanţă" este intenţionată. Pe de altă parte, bărbaţii sunt, în general, iniţiatorii unor acţiuni de apropiere, în relaţiile între sexe. Analiza efectelor non-comune (E.E. Jones şi K.E. Davies, 1965) favorizează astfel de atribuiri. „Bărbaţi lângă" şi „femei departe" pot fi văzute ca situaţii „normale", comune, pe când „bărbaţi departe" şi „femei aproape" sunt situaţii inedite care transmit

poziție care să-i permită proximitatea cu mai mulți egali, se va bucura de mai mare popularitate decât un altul care nu dispune de asemenea „facilități spațiale“. Aceste rezultate au fost obținute şi în complexele de cămine studențeşti din România: studenții care locuiau lângă scările de acces aveau mai mulți prieteni şi erau mai populari în grupurile de egali (I. Mitrofan şi C. Ciupercă, 1997). Şi nu doar relațiile de prietenie sunt influențate de mediul fizic înconjurător, ci şi relațiile de iubire: 33% dintre cele 5000 de cupluri căsătorite intervievate de Jean Maisonneuve (1966) erau formate din parteneri care locuiseră la maxim cinci blocuri distanță, iar numărul cuplurilor a variat invers proporțional cu creşterea distanței spațiale.

În ce măsură mai putem vorbi de „efectul vicinitar“ în era internetului, a sms-ului şi camerelor web, când avem de-a face cu o altfel de proximitate, virtuală: a blogurilor şi forumurilor de discuții online, a sutelor de site-uri unde suntem îndemnați zilnic să întâlnim miile de prieteni virtuali care abia aşteaptă să ne cunoască? Trebuie să recunosc că rolul internetului şi a noilor media în structurarea comportamentului nonverbal este un aspect pe care lucrarea de față nu a reuşit să-l surprindă, dar care devine din ce în ce mai provocator. Despre substitutele comunicării nonverbale în spațiul virtual (*emoticons*[1]) s-a scris puțin (E.A Whitley, 1997; F.B. Krohn, 2004), unii autori refuzând să le includă domeniului comunicării nonverbale, datorită caracterului lor intenționat, voluntar, iar alții considerându-le un tip aparte de metalimbaj. „*Emoticons* reprezintă utilizarea clar intenționată a comunicării nonverbale, aspect care ar trebui să pună în discuție eficacitatea lor de a comunica emoții“ (F.B. Krohn, 2004, 322). Consider, de asemenea, ca important studiul modalităților de substituire a elementelor nonverbale în spațiul virtual. Tabelul 2.2, care prezintă câteva astfel de „iconițe“ folosite de unul dintre cele mai cunoscute portaluri din lume – *yahoo messenger*, arată că ele substituie nu doar expresii emoționale, dar şi gesturi, în special cele de tip emblemă.

---

1 *Emoticons* = mici iconițe în format ASCII care înlocuiesc elementele nonverbale, în comunicarea virtuală.

comunicării nonverbale ale unor cercetători de pe trei continente (Europa, America de Nord şi Australia).

Mediul fizic şi social în structurarea comportamentului nonverbal.

Când ne referim la mediul fizic, facem apel la un ansamblu complex de elemente dificil de grupat în categorii şi a cărui influenţă asupra comportamentului nonverbal, deşi previzibilă, este greu de controlat. Edward Hall (1969/1990) propune o taxonomie a componentelor mediului înconjurător, utilă în cercetările din domeniul comunicării nonverbale: (1) elemente fixe, care cuprind aspecte legate de arhitectură şi mobilier, (2) elemente semifixe – aspecte legate de selecţia şi aranjarea mobilierului şi a altor tipuri de artefacte şi (3) elemente mobile, care se referă, în special, la raporturile de proxemică discutate anterior.

Analizând rolul elementelor fixe în structurarea comunicării interpersonale, Judee K. Burgoon, David B. Buller şi Gill W. Woodall (1989/1996, 111) argumentează faptul că organizarea spaţiului în diferitele zone urbane şi suburbane este un factor determinant în construirea reţelelor sociale. Evidenţe empirice privind rolul elementelor de arhitectură în stabilirea preferinţelor interpersonale au fost aduse încă din anii ’50, când studiile lui Jean Maisonneuve (1952), Leon Festinger şi Stanley Schachter (1953) au pus în evidenţă „efectul vicinitar“: distanţele dintre case, direcţia faţadelor caselor, constituie factori importanţi pentru modul în care se leagă prieteniile. Cercetările asupra complexelor de locuinţe sau campusurilor universitare din SUA şi Franţa au arătat că prieteniile apar mai frecvent între vecinii de vis-à-vis şi mai rar între persoane care trăiesc în case separate de mai mult de 4-5 clădiri (J. Maisonneuve, 1966[1]). S-a observat, de asemenea, că dacă un actor social deţine, prin modul în care sunt alcătuite clădirile, o

1 Despre „efectul vicinitar“, Jean Maisonneuve (1996) a publicat un studiu în limba română, într-un volum coordonat de Adrian Neculau.

legăturii dintre perspectiva liniară şi apropierea de tehnologie, respectiv de tradiție a unei societăți: cultura americană, utilizând excesiv liniile şi unghiurile drepte reflectă, potrivit autorilor menționați, orientarea spre tehnologie, în timp ce culturile tradiționale tind să utilizeze curbele în arhitectură, semnalând apropierea de mediul natural.

Materialele de construcții dar şi cele care intră în alcătuirea diferitelor obiecte de interior fac trecerea spre elementele semifixe ale mediului înconjurător, având funcții în: 1) crearea unei atmosfere plăcute, relaxante (ex. materialele moi, uşoare, vaporoase), sau dimpotrivă reci, distante (ex. materiale aspre, dure); 2) oferirea de informații despre statusul social, clasa, vârsta, gusturile estetice ale proprietarului; 3) apariția sau anticiparea unor senzații vizuale, tactile.

> Turistul care se opreşte în orice orăşel de provincie din Olanda are ocazia să vadă căldura pe care o inspiră căsuțele din cărămidă roşie garnisite cu grădini cochete, ferestrele mari, fără draperii, prin care se pot vedea proprietarii luând cina sau citind relaxați în fotolii. Surprinzător, întrebând un turist olandez ce i-a plăcut cel mai mult în România, mi-a răspuns convins: blocurile comuniste. Am crezut că este o ironie, dar mi s-a explicat că neobişnuitul lor constă tocmai în faptul că nu te aştepți să găseşti o atmosferă caldă, prietenoasă înăuntrul unei clădiri care arată auster pe dinafară.

În categoria elementelor semifixe intră: 1) aranjarea şi selecția obiectelor şi artefactelor: mobilă, tablouri etc., care contribuie la personalizarea spațiului personal, 2) aspecte legate de temperatură, iluminat, zgomot, cromatică şi nivel general de stimulare senzorială ale spațiilor construite.

Mă voi limita să menționez aici că modul în care este amenajată o încăpere o transformă în „spațiu socioped", încurajând comunicarea, sau dimpotrivă, în „spațiu sociofug" (A. Mehrabian şi S.G. Diamond, 1971). Mesele pătrate trădează relații ierarhice şi conversații scurte, la obiect. Mesele rotunde sunt potrivite pentru conversațiile între persoane cu statusuri egale şi permit un schimb optim de informații între persoanele

Tabelul 2.2. Exemple de *emoticons* utilizate de yahoo messenger

Emoticons	Semnificație
	surprins
	fericit
	supărat
	frustrat
	mânios
	sună-mă!
	nu mai vorbi!
	să-ți fie rușine!

Un alt element fix al mediului înconjurător este mărimea, volumul spațiilor construite. Nu de puține ori ni s-a întâmplat să ne găsim în încăperi improprii pentru desfăşurarea unei anume activități: săli de seminar imense şi anoste în care pătrund cu reținere 10-15 studenți şi un profesor nevoit să-i îndemne să-şi mute scaunele mai aproape, sau săli de curs neîncăpătoare, cu acustică deficitară în care încercăm să ținem un curs interactiv, dar orice întrebare adresată de studenți este cu greu auzită de colegi şi, cu toate strădurințele, chiar de profesor. Robert Sommer (1967), analizând relația dintre dispunerea elevilor în clasă şi participarea la discuție, arăta că elevii care ocupau poziții care permiteau contactul vizual erau cei mai activi. Astfel, elevii din rândul întâi, banca de la mijloc au fost de trei ori mai activi comparativ cu cei din băncile din spate sau cele de pe rândurile laterale.

Utilizarea perspectivei liniare (liniile create de pereții clădirilor) şi a anumitor materiale de construcții sunt considerate, de asemenea, elemente fixe. Judee K. Burgoon, David B. Buller şi Gill W. Woodall (1989/1996, 112) avansează ipoteza

nonverbale: indivizii au utilizat mai multe gesturi pentru a arăta direcția de mers unui interlocutor, când ambii erau „vizibili“ (putea fi observați de ceilalți participanți la trafic), comparativ cu situația de redusă „vizibilitate“ (A.A. Cohen, 1977); indivizii au utilizat mai puține gesturi reglatorii, când nu se puteau vedea reciproc (J.B. Bavelas, 1994).

Hugh Wagner şi Victoria Lee (1999, 262) critică extinderea termenului de „facilitare socială“ la domeniul comunicării nonverbale, arătând că limitarea influenței altora prezenți (*noninteracting social partners*) la stimularea sau inhibarea reacțiilor nonverbale duce la suprasimplificarea cercetării în domeniul comunicării nonverbale. Simpla prezență a celorlalți produce inclusiv „modificări calitative“ ale comportamentului nonverbal, nu doar schimbări de intensitate. Cei doi cercetători englezi, de la Universitatea Manchester au procedat la o metaanaliză a studiilor care au obținut facilitarea sau inhibarea comportamentelor nonverbale ca urmare a prezenței altora. S-au desprins doi factori care mediază această influență: (1) rolul celor prezenți – coacțiunea generând facilitare socială, iar rolul de observator conducând la inhibarea reacțiilor nonverbale; (2) relația celor prezenți cu subiecții evaluați: alții familiari (prieteni, colegi) stimulează comportamentele nonverbale, în timp ce alții necunoscuți produc inhibarea reacțiilor nonverbale.

Pentru a nuanța aceste rezultate, Hugh Wagner şi Victoria Lee (1999) au derulat un studiu de recunoaştere a expresiilor emoționale ale unor persoane stimul dintr-un material filmat, când subiecții se aflau în prezența altora familiari şi, respectiv, altora străini. Rezultatele au susținut ipoteza facilitării sociale mai mari în cazul prezenței „altora cunoscuți“ şi în special pentru emoțiile de tristețe, amuzament şi afecțiune. Datele nu sunt surprinzătoare dacă ne raportăm la „teoria fricii de evaluare“ (N.B. Cottrell, 1972) care nuanțează paradigma facilitării sociale, arătând că efectul de facilitare al performanțelor (pentru sarcini simple, rutiniere) se produce numai dacă indivizii ştiu sau cred că sunt observați/evaluați de ceilalți prezenți. Iar teama de evaluare de către „alții cunoscuți“

plasate diametral opus[1] (M. Knapp şi J.A. Hall 1992/2005,164). Aranjarea şi selectarea artefactelor oferă, de asemenea, informaţii despre statusul social al interlocutorului. Adesea, ne dăm seama cu ce fel de şefi avem de-a face doar analizând dimensiunile biroului acestora, dispunerea mobilierului, mărimea scaunelor, distanţele dintre scaunul pe care îl ocupă şi scaunele rezervate posibililor interlocutori, gradul de personalizare al încăperii, numărul telefoanelor şi dispunerea acestora etc.

Cu excepţia cromaticii, care preocupă cercetătorii din domeniul marketingului, psihologiei, dată fiind influenţa cunoscută a culorilor asupra dispoziţiilor indivizilor (M. L. Knapp şi J.A. Hall, 1992/2005, 132), rolul temperaturii, zgomotului, luminii în structurarea comportamentelor nonverbale este puţin cercetat în literatura de specialitate. Septimiu Chelcea şi Adina Chelcea (1983, 96-105) argumentează că zgomotele şi sunetele sunt indispensabile menţinerii echilibrului psihic şi fiziologic al individului, constituind deopotrivă un factor de solicitare şi relaxare a sistemului nervos. Cei doi cercetători români au prezentat efectele nocive ale zgomotului (nu doar intensitatea unui sunet îl transformă în zgomot, dar şi definirea lui de către receptor), subliniind că alături de intensitatea şi durata expunerii la zgomot, alte caracteristici ale acestuia sunt periculoase pentru individ: „în raport cu zgomotul intermitent cu apariţie periodică, zgomotul continuu este mai puţin supărător, dereglează mai puţin activitatea de muncă; zgomotul intermitent, produs la intervale neregulate, are cel mai ridicat grad de nocivitate, perturbând cel mai mult activitatea oamenilor".

Despre rolul prezenţei altora în stimularea sau inhibarea performanţelor individuale am detaliat la începutul acestui capitol, când am discutat conceptele de „facilitare socială" şi respectiv „frânare socială". Cercetările arată că fenomenele de „frânare" şi, respectiv, de „stimulare" socială se produc şi în ce priveşte frecvenţa şi intensitatea utilizării elementelor

1 „Efectul Steinzor" se referă la schimbul optim de informaţii pentru cei aflaţi în poziţii diametral opuse, în jurul unei mese rotunde, după numele celui care l-a pus în evidenţă: Bernard Steinzor (1950).

System, 1978) care permitea analiza fiecărei expresii faciale prin descompunerea ei în unități (*action units*). Fiecărei unități îi sunt specifice relaxarea sau dimpotrivă contracția unor muşchi la nivelul feței. Instrumentul a cunoscut îmbunătățiri de-a lungul timpului, mai ales odată cu implicarea lui Joseph C. Harger care a dezvoltat un sistem computerizat de măsurare a expresiilor faciale. Noul instrument, propus de Paul Ekman, Wallace V. Friesen, şi Joseph C. Harger (2002) este utilizat în întreaga lume pentru măsurarea expresiilor faciale, demonstrând rolul programării asistate de calculator în analiza comportamentului nonverbal.

Argumentând componenta culturală a modelului, Paul Ekman şi Wallace V. Friesen (1969) au propus termenul „norme de afişare" (*display rules*) – „prescripte culturale specifice care arată cine şi ce emoții poate afişa, cui şi în ce situații" (*apud* P. Ekman, 1993, 376). Unele norme pot fi atât de bine învățate încât subiecții le activează automat, involuntar, în anumite contexte, altele, dimpotrivă, marchează situații mai puțin obişnuite din viața individului şi se activează conştient ca un tip ideal care trebuie urmat. Deşi conceptul de „normă" presupune existența „altora" care veghează la respectarea ei, Paul Ekman (1997, 340) consideră că unele norme de afişare sunt puternic înrădăcinate, individul conformându-se lor chiar şi atunci când este singur, doar prin simpla imaginare a reacției altora. În plus, se pot identifica norme de afişare diferite chiar în interiorul aceleaşi culturi, în cadrul diferitelor grupuri sociale.

Un exemplu al modului în care funcționează modelul neuro-cultural şi al împletirii elementelor biologice cu cele socio-culturale în structurarea expresiilor faciale este demonstrat de P. Ekman şi V. Friesen Wallace (1975) într-un studiu comparativ realizat în Tokio şi California. Subiecții urmăreau un film de acțiune care inducea o stare de tensiune. Expresiile lor faciale erau filmate, folosind o cameră ascunsă, iar materialele, prezentate ulterior unor subiecți evaluatori din Statele Unite şi, respectiv, din Japonia, întrebați fiind dacă indivizii din materialul filmat urmăresc un film neutru sau unul tensio-

trebuie să fie mai mare decât teama de evaluare de către „alții străini“ şi, ca urmare, facilitarea comportamentelor nonverbale – superioară în cazul prezenței altora familiari. Aceasta însă, doar dacă acceptăm faptul că decodificarea expresiilor faciale tipice emoțiilor (cel puțin ale celor primare) este o sarcină simplă, rutinieră, în sensul că se realizează spontan, fără un efort cognitiv deosebit din partea subiecților analizați.

Consider că rezultatele contradictorii cu privire la rolul simplei prezențe a altora familiari/străini în stimularea sau inhibarea comportamentelor nonverbale, prezentate de Hugh Wagner şi Victoria Lee (1999), se pot datora inclusiv faptului că s-a considerat *a priori* sarcina de a afişa sau identifica o anumită expresie facială ca fiind o sarcină simplă, fără a se lua în considerare că dificultatea şi complexitatea sarcinii reprezintă variabile cheie în apariția fenomenului de facilitare şi, respectiv, frânare socială. Iar afişarea unei expresii emoționale, deşi adesea automată şi involuntară poate fi controlată şi reglată voluntar (ca în situația în care vrem să transmitem o emoție pe care nu o simțim de fapt).

Normele socio-culturale şi comportamentul nonverbal.

Citați adesea pentru cercetările care au susținut teza universalității emoțiilor şi a expresiilor faciale asociate lor, Paul Ekman şi Wallace V. Friesen (1969) nu au negat rolul normelor socio-culturale în structurarea comportamentelor nonverbale, construind un model explicativ neuro-cultural, menit să ia în considerare atât influențele biologice cât şi cele socio-culturale. Un astfel de model susține că există anumite micro-mişcări ale muşchilor feței care însoțesc expresiile emoționale, indiferent de cultură, dincolo de care diferențele în exprimarea emoțiilor, la nivelul feței, apar ca urmare a unor norme socio-culturale care descriu ce expresie facială este proprie pentru o anume situație.

Pentru a susține componenta biologică a modelului, cei doi cercetători americani au propus un instrument de clasificare a micro-mişcărilor faciale: FACS (*Facial Action Coding*

istorie culturală a gesturilor (1991/2000), editată de cercetătorii olandezi Jan Bremmer şi Herman Roodenburg, în urma unei conferințe internaționale dedicate istoriei gesturilor, care a avut loc în Olanda, la Utrecht, în 1989 şi tradusă, ulterior, în limba română. Autorii studiilor reunite în acest volum argumentează că aspecte legate de particularitățile climatice şi mediul construit, structura socială şi economică a unei societăți au determinat selectarea anumitor gesturi în defavoarea altora, cu valoare funcțională. Pentru a exemplifica, redau, în continuare, un fragment referitor la evoluția gestului sărutului în societatea poloneză, din lucrarea mai sus menționată.

> În secolul XVI, urările de bun sosit şi rămas bun s-au transformat într-un ritual de ceremonii cu un protocol de activități foarte vast şi complicat. În rândul acestora, se numărau mai multe feluri de plecăciuni, strângeri de mână, săruturi, îngenuncheri şi sărutări de mâini – chiar îmbrățisări ale genunchilor sau picioarelor unor persoane mai în vârstă sau de rang social înalt (părinți, stăpâni, demnitari) [...]. În a doua jumătate a secolului XVII, două persoane cu aceeaşi poziție socială se puteau îmbrățişa, sărutându-şi, totodată, reciproc, umerii, în timp ce subordonaților li se pretindea să sărute genunchii, coapsele sau picioarele superiorilor lor. Prosternarea clientului în fața patronului a devenit ceva obişnuit [...]. În secolele XVII şi XVIII era obiceiul ca micul nobil să sărute mâna magnatului – gest de care nici măcar nu se auzise cu un secol mai înainte. Şi mâinile femeilor erau sărutate în ocazii sociale – indiferent dacă aparțineau unor fete nemăritate sau unor matroane [...]. Obiceiul de a săruta mâna femeilor, pe care străinii îl apreciau mai curând drept o curiozitate, s-a păstrat în Polonia până în acest secol (M. Bogucka (1991/2000, 176-180).

Am ales studiul Mariei Bogucka datorită proximității societății poloneze cu cea românească, cel puțin din punct de vedere geografic. De altfel, unele dintre elementele semnalate de cercetătoarea poloneză le regăsim în gesturile compatrioților noştri. Maria Bogucka susține că gestul sărutului mâinii pentru persoanele de sex feminin se practică şi astăzi în Polonia de către „gentilomii mai în vârstă“ şi, aş îndrăzni să afirm că nu numai de aceştia, în România. Apelativele „sărut

nant. Evaluările realizate de subiecții din ambele culturi au fost similare, demonstrând că expresiile faciale specifice emoțiilor spontane au fost recunoscute cu uşurință. Alegerea celor două culturi pentru acest studiu s-a făcut însă pornind de la ideea că există diferențe în modul de exprimare a emoțiilor negative, în cultura japoneză comparativ cu cea occidentală, în sensul că japonezii sunt mai puțin încurajați să-şi exprime emoțiile negative în public. Măsurarea expresiilor faciale din materialele filmate, în cadrul celor două grupuri culturale a arătat că există corelații înalte în modul de manifestare a trăirilor emoționale induse de film: aceleaşi tipuri de micro-mişcări faciale au fost identificate la cele două grupuri în acelaşi interval de timp (corespunzător unui anume moment din derularea filmului). Într-un anume moment al filmului însă, experimentatorul, îmbrăcat în haină albă (pentru a sugera autoritatea), intra în sala de cinema. Numai din acel moment manifestarea emoțiilor negative la grupul de subiecți japonezi devenea inhibată, comparativ cu cea a grupului de subiecți americani. Prezența unei autorități a declanşat managementul impresiei la subiecții japonezi, care manifestau mai multe emoții pozitive comparativ cu subiecții americani (P. Ekman, 1997, 343).

În sprijinul acestei ipoteze, un studiu realizat de Linda A. Camras (1992), folosind ca subiecți copii japonezi şi respectiv americani care erau antrenați într-un joc armat, arată că exprimarea emoțiilor negative este inhibată la cei din cultura japoneză şi se realizează mai rapid la copiii americani. Cultura determină reguli cu privire la managementul expresiilor emoționale (*affect display)*, în situații specifice. Carol Izard (1971), la rândul său, admite că există atitudini diferite față de emoții: exprimarea uneia poate fi apreciată şi exprimarea alteia inhibată. Cultura vestică descurajează exprimarea unor emoții ca tristețea, teama, pentru bărbați şi încurajează exprimarea acestora pentru femei.

Relațiile dintre cultură şi comunicarea nonverbală au fost cel mai bine puse în vedere în studiul gesturilor, al modurilor de utilizare şi interpretare a acestora în diferite spații culturale. Un exemplu valoros în acest sens este lucrarea *O*

> Mai mult, semnificația statistică este utilizată pentru a determina valoarea explicativă a unei variabile, mai degrabă decât contribuția ei la variația explicată şi se presupune că toate rezultatele semnificative din punct de vedere statistic sunt compatibile şi la fel de importante. Ca urmare, cineva poate selecta ca dintr-o listă de cumpărături variabile dependente (distanța socială, contactul la nivelul ochilor etc.) şi independente (nevoie de afiliere, stare emoțională, norme culturale, gen etc.). Puțin efort se investeşte pentru a releva contribuția relativă a unor variabile independente la variația variabilelor dependente. În mod paradoxal, rezultatele unor cercetări posibil inconsistente susbstituie teoria şi dezvoltarea conceptuală tinde să fie post hoc sau interpretări ad hoc ale unor studii individuale, în loc să ghideze formularea unor ipoteze pentru acest domeniu de cercetare (D.L. Gillespie şi A. Lefler, 1983, 121).

Consider importantă diferențierea, în explicarea comportamentelor nonverbale, între variabilele care conduc la ipoteze cu nivel ridicat de generalitate şi cele care conduc la ipoteze care pot fi greu generalizate dincolo de situația particulară analizată. Dair L. Gillespie şi Ann Lefler (1983) aduc argumente în sprijinul ideeii că „statusul social" este o variabilă din prima categorie, care produce explicații valabile dincolo de timp şi spațiu: poziția individului în cadrul grupului, relațiile de putere sunt cele care structurează şi modifică comportamentul nonverbal al acestuia şi al interlocutorilor, de multe ori, alte posibile variabile explicative putând fi reduse la raporturile de status. Cei doi cercetători de la Universitatea Utah arată că inconsistența unor rezultate în domeniul comunicării nonverbale se datorează, în principal, faptului că sunt considerate drept cauze variabile care sunt efect al statusului sau pozițiilor de putere diferite ale subiecților investigați. Spre exemplu, studiile inițiate de Edward Hall (1969/1990), care au pus în evidență relația dintre normele culturale şi proxemică, au produs rezultate contradictorii. Astfel, Edward Hall, identificând *pattern*-uri diferite de interacțiune la nivelul distanței sociale între diferite subgrupuri etnice şi culturale din SUA, le-a pus pe seama unor incompatibilități nonverbale dintre acestea (diferențe în ce priveşte normele de afişare).

mâinile“, „săru’ mâna“, despre care M. Bogucka spune că sunt reminescențe ale vechilor ceremonii, sunt destul de frecvent utilizate în societatea românească actuală, mai puțin însă apelativul „vă cad la picioare“, menționat de autoare. Dar, un binecunoscut profesor salută: „Sluga!“ – farmecul personal a înlocuit ca valoare funcțională cerința de politețe a secolelor trecute, în ce priveşte sărutul mâinii.

Modul de utilizare a gesturilor şi tipurile de gesturi folosite nu diferă doar între diferite societăți, ci şi în cadrul aceleaşi societăți de la o perioadă istorică la alta, dar şi între diferite regiuni, în cadrul aceleaşi societăți. Astfel, este adesea exemplificată în literatura de specialitate diferența dintre abundența gesturilor, la locuitorii din sudul Italiei şi comportamentul mai reținut al conaționalilor lor din nord.

Relațiile sociale şi comportamentul nonverbal. Rolul statusului social.

O privire de ansamblu asupra studiilor din zona comunicării nonverbale ne prezintă un domeniu vast, extrem de productiv în ultimii ani, dar insuficient teoretizat. Cercetările dezvoltă întrebări provocatoare, dar pare a le lipsi ceva: un numitor comun, un ansamblu de paradigme care să orienteze pe mai departe cercetarea şi să ghideze selecția variabilelor explicative. În absența acestora, putem vorbi de promovarea empirismului în domeniul comunicării nonverbale, de o acumulare „masivă“ de date de cercetare pe baza cărora se pot formula *post factum* micro-teorii sau cel mult teorii cu nivel mediu de generalitate, dar care mențin comunicarea nonverbală la stadiul de domeniu insuficient dezvoltat paradigmatic.

Mă alătur punctului de vedere exprimat de Dair L. Gillespie şi Ann Lefler (1983, pp. 120-121) care susțin că domeniul comunicării nonverbale, fiind o arie nouă de cercetare, reuneşte cunoştiințe din discipline conexe, „producând o varietate de observații şi studii *ad hoc*“ şi unde, „de multe ori, alegerea variabilelor este eclectică – bazată mai mult pe tradiție sau pe noutate decât pe considerații de natură teoretică“.

individului într-o organizaţie) şi dominanţă (ca trăsătură specifică unei persoane), arătând că indivizii au aşteptări diferite despre cum ar trebui să se comporte nonverbal cei aflaţi în poziţii de putere. Preluăm câteva dintre credinţele formulate de subiecţii participanţi, menţionând că internalizate, acestea se transformă în prescripte de rol pe care subiecţii trebuie să le performeze, dacă vor să-şi păstreze poziţia de putere.

> Se crede despre indivizii aflaţi într-o poziţie de putere că acordă mai puţină atenţie partenerilor de interacţiune comparativ cu putere socială redusă. Din punct de vedere al distanţei sociale, indivizii aflaţi în poziţii superioare sunt văzuţi ca iniţiind în mai mare măsură strângeri de mână, invadând spaţiul interlocutorului, păstrând distanţe mai reduse faţă de acesta şi iniţiind atingeri în mai mare măsură. La categoria „expresii faciale", aceştia sunt evaluaţi ca exprimând în mai mică măsură emoţii ca frica sau tristeţea şi evitând privirea în mai mică măsură. În plus, se aşteaptă ca ei să fie mai expresivi la nivelul feţei, să afişeze în mai mare măsură dezgustul sau mânia prin expresii faciale, să privească spre intelocutor, susţinând mai mult timp privirea şi chiar priviri tăioase către acesta, să privească mai mult, în timp ce vorbeşte. La nivelul mâinilor, se aştepată de la indivizii puternici să tilizeze în mai mare măsură gesturi comparativ cu indivizii în poziţii inferioare şi să recurgă mai rar la autoatingeri. La categoria „mişcări ale capului", ei sunt văzuţi ca ulitizând mai frecvent mişcări orientate „în sus" şi „către" interlocutor, iar din punct de vedere al posturii, se aşteaptă ca aceştia să adopte în mai mare măsură o poziţie dreaptă, să se aplece înainte şi să adopte o postură deschisă spre celălalt [...]. La nivelul elementelor paralingvistice, indivizii aflaţi în poziţii ierarhic superioare sunt văzuţi ca având mai puţine pauze şi întreruperi ale discursului, o mai mare coerenţă în ceea ce spun, mai puţine „îî-uri", „ăă-uri" şi întreruperi de succes ale discursului celorlalţi (D.R. Carney, J.A. Hall şi L. Smith LeBeau, 2005, 114-116).

Indivizii pot acţiona şi contra-schematic, performând, în mod deliberat, unele elemente contrare credinţelor iniţiale tocmai pentru a-i face pe ceilalţi conştienţi de aceste scheme. Şi nu de puţine ori am fost impresionaţi de o persoană, aflată într-o poziţie ierahică superioară care a întins mâna sau a

Subiecţii de culoare eşuau în interviurile de angajare conduse de albi pentru că, în opinia lui E. Hall (1969/1990, 182-183), se bazau pe elemente nonverbale care în cultura proprie transmiteau motivaţia, implicarea, dar care în cultura albilor semnificau indiferenţa.

D.L. Gillespie şi A. Lefler (1983) resping o astfel de explicaţie, argumentând că atunci când un actor social se află în prezenţa altuia cu status superior sau perceput ca superior (ex. intervievator) îşi va activa automat normele de afişare specifice situaţiei respective şi va dezvolta un comportament nonverbal diferit, comparativ cu situaţia în care ar interacţiona cu un egal. Mai mult, cei doi cercetători afirmă superioritatea statusului social ca variabilă explicativă a variaţiei comportamentului nonverbal, chiar în faţa relaţiilor de gen, argumentând că, de multe ori, diferenţele între bărbaţi şi femei în exprimarea comportamentelor nonverbale, înregistrate în studiile experimentale, pot fi reduse la relaţii de putere. Inconsistenţele cu privire la diferenţele de gen în comunicarea nonverbală pot fi reinterpretate dacă se iau în considerare raporturile de status între cele două categorii de gen, mai degrabă decât normele socio-culturale sau dispoziţiile înnăscute. Astfel, diferenţele de gen în ce priveşte distanţele sociale în interacţiunile cotidiene pot fi reanalizate dacă luăm în considerare situaţiile în care femeile afişează un comportament specific persoanelor cu status inferior (nu iniţiază interacţiuni şi menţin distanţe sociale mai mari), comparativ cu bărbaţii care iniţiază atingeri mai frecvente şi de mai lungă durată, menţin distanţe sociale mai reduse, un comportament specific celor cu status superior (D.L. Gillespie şi A. Lefler, 1983, pp. 140-141).

Cercetările recente sprijină această teză formulată de D.L. Gillespie şi A. Lefler. Spre exemplu, un studiu condus de Dana R. Carney, Judith A. Hall şi Lavonia Smith LeBeau (2005) arată că există anumite credinţe despre cum ar trebui să se comporte, din punct de vedere nonverbal, persoanele aflate în poziţii de putere diferite. Autorii menţionaţi folosesc termenul de „putere socială", înţeles ca „relaţii pe verticală între indivizi" (p.106), referindu-se deopotrivă la status social (poziţia

Către o paradigmă situațională în analiza comportamentului nonverbal

Există câteva paradigme concurente în explicarea comportamentului uman, care au fost preluate inclusiv în domeniul comunicării nonverbale. Paradigma etologică/sociobiologică caută ceea ce este universal, înnăscut în comportamentul nonverbal şi consideră că necesitatea de adaptare a speciei umane sau a diferitelor comunități la mediul lor de viață favorizează dezvoltarea anumitor elemente ale comunicării nonverbale. Principala critică adresată abordării etologice este imposibilitatea testării experimentale a multora dintre presupozițiile sale. Cu alte cuvinte, paradigma etologică a produs numeroase explicații în domeniul comunicării nonverbale, interpretări *post factum* ale rezultatelor unor cercetări, dar a generat puține ipoteze de cercetare. Datele empirice susțin, mai degrabă indirect sau comparativ, paradigma etologică.

Paradigma enculturație/socializare, care analizează impactul normelor socio-culturale asupra variației comportamentelor umane a condus, adesea, la rezultate inconsistente în domeniul comunicării nonverbale. Dair L. Gillespie şi Ann Lefler (1983, 123) consideră că lipsa unei definiții unanim acceptate a termenilor de „cultură“ şi „subcultură“ precum şi dificultatea de a-i operaționaliza sunt principalele cauze ale rezultatelor contradictorii obținute.

O altă paradigmă explicativă a comportamentului uman, cea a trăsăturilor individuale, a plasat explicațiile la nivelul indivizilor, atitudinilor, caracteristicilor de personalitate sau dispoziționale ale acestora, fiind criticată prin faptul că a dezvoltat o viziune behavioristă, de tip stimul-răspuns, fără să țină cont de elementele legate de context. De fapt, atitudinile, stările dipoziționale ale indivizilor, sunt efecte ale unor elemente situaționale sau relaționale şi nu cauze singulare în determinarea comportamentului uman.

Adresând critici proprii celor trei paradigme menționate, Dair L. Gillespie şi Ann Lefler (1983, 142) propun paradigma resurselor situației ca fiind adecvată cercetărilor din domeniul comunicării

sărutat pe obraz „un om simplu“. Ne-a convins, schema a fost activată. Prinţesa Diana a câştigat o popularitate imensă în întreaga lume, în urma imaginilor televizate care o prezentau strângând mâna sau sărutând pe obraz persoane cu boli incurabile, copii în orfelinate obscure din Africa.

Trebuie să menţionăm că această schemă a comportamentelor nonverbale asociată persoanelor puternice a fost în mai mare măsură adoptată pentru accepţiunea de „dominanţă“ (ca trăsătură de personalitate) a termenului de „putere socială“, decât cea de poziţie ierahică, respectiv, de status social şi că nu au existat diferenţe când variabila „status social“ a interacţionat cu variabila „gen“, ceea ce înseamnă că aceeaşi schemă s-a aplicat în cazul „femeii puternice“ şi a „bărbatului puternic“. Aceste rezultate întăresc concepţia formulată de Dair L. Gillespie şi Ann Lefler (1983) potrivit căreia „statusul“ are o valoarea explicativă superioară comparativ cu „genul“, pentru variaţia comportamentelor nonverbale.

Când analizăm relaţia dintre statusul social şi comportamentul nonverbal, trebuie să facem distincţia între „asociaţii reale“, „asociaţii percepute“ şi „credinţe despre asociaţii“ (D.R. Carney, J.A. Hall şi L. Smith LeBeau, 2005, 106). Dacă indivizii au o schemă mentală despre cum ar trebui să se manifeste nonverbal o persoană cu status superior, aceasta nu înseamnă că astfel de persoane se comportă aşa în realitate şi nici că sunt percepuţi astfel în interacţiunile cotidiene. Însă, în confruntarea schemelor mentale cu realitatea nu există doar probabilitatea ca acestea să fie confirmate sau disconfirmate ci, după cum se pronunţă Septimiu Chelcea şi Petru Iluţ (2003, 324), schemele se pot „impune realităţii, transformând-o în conformitate cu aşteptările cuprinse în ele“. În plus, Susan T. Fiske şi Patty W. Linville (1980), cele care au consacrat termenul de „scheme mentale“, l-au redat ca fiind construcţii mentale fondate pe experienţă şi modelate de exemple specifice.

Capitolul 3

COMPETENȚA ÎN COMUNICAREA NONVERBALĂ

Abillitățile de comunicare sunt parte ale succesului nostru social şi profesional. Interacționând cu alții, încercăm să ne organizăm mesajele în aşa fel încât să obținem răspunsurile aşteptate. Suntem atenți la argumentele pe care le formulăm, la claritatea informațiilor şi expresiilor utilizate şi doar parțial conştienți de mesajele nonverbale pe care le transmitem. Astfel că, putem fi surprinşi ca profesori, comercianți, sau manageri că mesajele noastre „foarte clare" nu au fost înțelese de ceilalți. În plus, nu vom realiza acest lucru imediat, ci după o anumită perioadă de timp, când nu mai putem schimba nimic.

Cele mai multe locuri de muncă reclamă relații *face-to-face*. Indivizii au rezultate mai bune sau mai puțin bune în domeniile lor de activitate, în funcție de competențele lor sociale *(social skills*) – „*pattern*-uri ale comportamentului social care dau indivizi competenți din punct de vedere social, cu alte cuvinte, capabili să producă efectele dorite asupra celorlalți indivizi" (M. Argyle, 1994/1998, 74). Şi, de asemenea, o mulțime de persoane nu îşi pot păstra sau nu pot accede la slujbe mai bune datorită lipsei capacității de adaptare – „proces de influențare sau ajustare la celălalt" (J. Capella, 1997, 120).

În literatura de specialitate, competența socială a fost definită ca „o constantă flexibilitate a comportamentului în relație cu ceilalți" (M. Argyle, 1967, 189). Conceptul a fost operaționalizat folosind câțiva indicatori cheie: (1) capacitatea individului de a-i influența pe ceilalți şi de a-şi impune ideile personale – *assertive behaviour* (A. Lazarus, 1973; S.A. Rathus, 1973; J.P. Galassi *et al*., 1981); (2) modul în care indivizii oferă suport şi gratificații celorlalți, devenind populari (H.H. Jennings, 1950; O. Hargie *et al*., 1987); (3) modul în

nonverbale, o paradigmă care include contextul social în demersurile explicative. Pe parcursul acestei lucrări, am exprimat un punct de vedere similar: relațiile dintre indivizi, poziția pe care aceştia o ocupă la un moment dat în cadrul grupului sau în situația creată determină reacții nonverbale diferite.

> Accesul diferit la resurse economice şi sociale, la nivel macro, produce *pattern*-uri asimetrice de comportament nonverbal pentru subiecți, în interacțiunile la nivel micro. Mai mult, indivizii îşi schimbă comportamentul nonverbal când poziția lor, relativ la ceilalți se schimbă, într-o anume situație, sau de la o situație la alta (D.L. Gillespie şi A. Lefler, 1983, 142).

Situațiile sociale, elementele lor structurale influențează nu doar transmiterea unor mesaje nonverbale, ci şi decodificarea acestora de către receptori. În sprijinul unei astfel idei, am derulat cercetarea experimentală prezentată în Capitolul 5. Consider totuşi că o abordare integrativă a paradigmelor menționate, cu precizarea clară a resurselor situației este de natură să impulsioneze cercetarea în domeniul comunicării nonverbale.

După cum afirma Mihaela Roco (2001, 139), termenul de „inteligență emoțională“ a fost lansat de psihologul american Wayne Leon Payne, în 1985 într-o lucrare de doctorat. Ulterior, acest concept a fost definit diferit, luându-se în considerare indicatori ca: (1) abilitatea de a menține şi a stabili relații cu ceilalți; (2) empatia; (3) abilitatea de a conştientiza şi a stăpâni propriile emoții, flexibilitate, responsabilitate, cooperativitate etc.

Fie că ne referim la „competență socială“, „competență emoțională“ sau „inteligență emoțională“, facem apel la capacitatea noastră de a codifica şi decodifica mesaje nonverbale, adică de a fi competenți la nivelul comunicării nonverbale. Menținerea relațiilor cu ceilalți, empatia, capacitatea de a interpreta emoțiile celorlalți, de a cunoaşte propriile emoții şi a le controla, toate aceste procese fac apel la elemente nonverbale. Propun, în continuare, o definiție pentru conceptul de „competență nonverbală“, considerând că aceasta reuneşte atât abilități de codificare şi decodificare a elementelor nonverbale cât şi abilități de a folosi elementele nonverbale pentru a îndeplini anumite sarcini şi a atinge scopurile propuse.

Competența nonverbală reprezintă abilitatea indivizilor de a codifica şi respectiv decodifica mesajele nonverbale în funcție de contextul social, de a estima şi prezice emoțiile, atitudinile, comportamentul celorlalți în funcție de comportamentele nonverbale ale acestora, de a folosi eficient elemente nonverbale pentru o obține rezultatele dorite în interacțiunile cotidiene.

Cercetările experimentale au arătat legătura între abilitatea indivizilor de a transmite sau interpreta elementele nonverbale şi performanțele lor în ceea ce priveşte anumite aspecte ale vieții social-profesionale. Astfel, abilitatea de a interpreta elemente nonverbale a fost pusă în legătură cu abilitatea indivizilor de a distinge între cei care mint şi cei care spun adevărul. Recunoaşterea expresiilor faciale *(affect display*) specifice bucuriei, tristeții, fricii sau mâniei, când acestea au fost prezentate la mai puțin de 1/25 secunde, a constituit un bun predictor pentru determinarea performanței indivizilor în detectarea minciunii (P. Ekman şi M. O’Sulivan, 1991).

care indivizii comunică verbal şi nonverbal (A.R. Hochschild, 1983, M. Argyle, 1988); (4) capacitatea indivizilor de „a se pune în locul celuilalt“, de „a juca rolul celuilalt“ - *empathy* (H.J. Eysenk şi D. Cookson, 1970); (5) cooperarea, ca modalitate prin care indivizii îşi ajustează scopurile proprii la scopul comun (K.A. Dodge, 1985; M. Argyle, 1991); (6) capacitatea indivizilor de a soluţiona probleme (R.E. Nisbett, T.D. Wilson, 1977; M Argyle, 1988); (7) prezentarea selfului sau managementul impresiei (E. Goffman, 1959); (8) alte competenţe asociate diferitelor contexte (M. Argyle *et al.,* 1967, 1985).

În strânsă legătură cu termenul de „competenţă socială“, este cel de „competenţă emoţională“ care se referă, potrivit lui Carolyn Saarni (1999, 2), la flexibilitatea şi eficacitatea selfului[1] (*self-efficacy*) în schimburile emoţionale. Pentru a fi „emoţional competenţi“ răspunsurile noastre emoţionale trebuie să fie legate de semnificaţia socială atribuită unui anume context. Cu alte cuvinte, răspunsurile noastre emoţionale, redate adesea prin elemente nonverbale, trebuie nu numai să fie adaptate contextului, dar mai ales modului în care acesta a fost social definit. Termenul de „eficacitatea selfului“ (*self-efficacy*), folosit pentru prima dată de Albert Bandura (1997), este cel care leagă cele două concepte: atât competenţa socială, cât şi cea emoţională se traduc în capacităţi (*skills)* prin care individul poate obţine un rezultat dorit.

Un concept nou, lansat în literatura de specialitate este cel de „inteligenţă emoţională“, care abordează emoţiile într-o manieră ontogenetică şi adaptativă: există anumite etape ale dezvoltării competenţei emoţionale a individului, la fel cum există etape ale dezvoltării gândirii. Individul poate deveni raţional, dar şi emoţional inteligent prin asimilări şi acomodări succesive. Daniel Goleman, autorul unei lucrări recunoscute în domeniu (*Emotional Intelligence*, 1995), susţine că dezvoltarea emoţională este, asemenea dezvoltării logico-raţionale, necesară atingerii succesului.

---

1 Am preluat traducerea propusă de Septimiu Chelcea (2006, 284). Ştefan Boncu (2007, 50) a tradus acest termen prin „eficienţă personală“ şi „auto-eficienţă“.

fețele zâmbitoare ale celorlalți. De asemenea, copilul reacționează adecvat la expresiile faciale neprietenoase. Astfel, pe măsură ce creştem, devenim tot mai acurați în interpretarea elementelor nonverbale transmise voluntar sau involuntar de ceilalți. Cel mai uşor de „citit" sunt expresiile legate de bucurie, fețele zâmbitoare generând atribuiri mai rapide din partea subiecților evaluatori. În ceea ce priveşte expresiile negative (mânie, teamă, dezgust), copilul le poate interpreta mai greu şi apelează la elemente de context pentru a face atribuiri. Carolyn Saarni (1999, 109) citează un studiu realizat de L. Michalson şi M. Lewis (1995), pe copii de doi ani. Aceştia au putut distinge etichetele verbale pentru toate cele şase expresii faciale considerate de către unii autori (P. Ekman şi W. Friesen, 1969) fundamentale (bucurie, surpriză, mânie, teamă, tristețe, dezgust) şi, de asemenea, le-au putut asocia fotografiilor corespunzătoare. Fețele care exprimau bucurie şi tristețe au putut fi decodificate în cea mai mare măsură (86% dintre copii), iar fețele care exprimau dezgust şi teamă au fost mai greu decodificate (numai 29% şi respectiv 14% dintre copii).

Într-un studiu anterior, Theodore D. Kemper (1987) obținea procente diferite asupra modului în care copiii, de aproape doi ani, au decodificat expresiile faciale corespunzătoare celor şase emoții: bucuria (77 %), tristețea (50%), teama (47%), mânia (43%). Autorul menționat afirmă că, odată cu dezvoltarea limbajului, până la vârsta de trei ani, copiii pot recunoaşte în proporție de peste 50% şi alte expresii faciale corespunzătoare unor emoții ca: dragostea, surpriza, plictiseala, ruşinea, ura, dezgustul, vina etc.

Analizând capacitatea indivizilor de a exprima anumite emoții prin contracția muşchilor feței, mai mulți autori (R. Buck, R.E. Miller şi W. Caul, 1974; M. Zukermann şi S. Przewuzman, 1979; E. Hall, 1984) au afirmat că există diferențe de gen, femeile realizând performanțe superioare în codificarea expresiilor faciale în comparație cu bărbații. Astfel de studii s-au derulat, în general, prin a cere subiecților să sugereze expresiile faciale ale bucuriei, tristeții, mâniei etc., care erau ulterior evaluate în raport cu tipul ideal al exprimării

Julie A. Hubbard şi John D. Coie (1994) susţin că există o legătură între capacitatea copiilor de a interpreta elementele nonverbale caracteristice diferitelor emoţii şi popularitatea lor în grup – copiii cu abilităţi ridicate în decodificarea emoţiilor erau mai apreciaţi în grupul de egali. Totuşi, legătura dintre capacitatea indivizilor de a codifica/decodifica elementele nonverbale şi succesele lor sociale este insuficient explorată. Autorii presupun existenţa unei relaţii pozitive între capacitatea copiilor de a decodifica expresii emoţionale şi abilitatea lor de a se implica activ în joc, de a negocia mai eficient situaţii conflictuale sau frustrante în interacţiunile cu egali. În plus, abilitatea de a înţelege reacţiile emoţionale ale celorlalţi se poate traduce în creşterea apropierii reciproce. Personal, consider că studiul pune în valoare conceptul de „competenţă nonverbală", aşa cum l-am definit anterior.

Factori determinanţi ai competenţei în comunicarea nonverbală

Când spunem că anumite persoane reuşesc să comunice nonverbal mai bine decât altele, avem în vedere diferenţe individuale şi culturale. Competenţa în comunicarea nonverbală se dezvoltă diferit în funcţie de contextul cultural-social în care ne naştem şi evoluăm ca persoane, în funcţie de interacţiunile cu semenii, pe care le stabilim de-a lungul vieţii şi în funcţie de anumite caracteristici individuale ale fiecăruia.

Factori individuali ai competenţei în comunicarea nonverbală.

O primă întrebare pe care ne-o putem pune este de la ce vârstă detectăm şi atribuim sens elementelor nonverbale. Spre deosebire de limbaj, capacitatea copilului de a comunica nonverbal se dezvoltă foarte timpuriu, exprimând importanţa pe care acest tip de comunicare l-a avut în evoluţia filogenetică. Între patru şi nouă luni, copilul reacţionează zâmbind la

nouă: a atribuirilor diferite. Deşi bărbaţii sunt capabili în aceeaşi măsură ca şi femeile să identifice modificări ale reacţiilor interne, se poate presupune că aceştia le atribuie unor cauze diferite decât trăirilor emoţionale.

Aminteam anterior un experiment care proba legătura între capacitatea copiilor de a interpreta elementele nonverbale caracteristice diferitelor emoţii şi statusul social al acestora (J. Hubbard şi J. Coie, 1994). De asemenea, R. Custrini şi R.S. Feldman arată că există o legătură între nivelul competenţei sociale şi capacitatea copiilor de a decodifica şi respectiv codifica elementele nonverbale, dar numai pentru fete: cele care aveau un nivel ridicat al competenţei sociale (competenţa socială a fost măsurată după răspunsurile părinţilor, folosind o scală a competenţei sociale standardizată (*Achenbach Child Behavior Ckecklist*), au fost capabile să decodifice şi respectiv să codifice superior elementele nonverbale specifice emoţiilor (*apud* C. Saarni, 1989, 122).

O sursă a diferenţelor în exprimarea/decodificarea elementelor nonverbale pot fi stereotipurile de gen. Este vorba de „imagini din mintea noastră" care arată cum ar trebui femeile şi respectiv bărbaţii să se poarte, ce expresii faciale sunt „adecvate" fiecărei categorii de gen, într-o anume situaţie. S-au evidenţiat stereotipuri care leagă apartenenţa la gen de performanţa în anumite profesii sau de anumite trăsături de personalitate (K. McGill, 1931; J. Chilcott, 1961; J. Alutto şi L. Hrebiniak, 1970; M.S. Singer, 1986; W. Dreker, 1986; M. Whittock, L. Leonard, 2003; O. Razumnikova, 2005). Apartenenţa la un anumit gen şi legătura cu exprimarea unor elemente nonverbale este însă un domeniu insuficient explorat. „În toate culturile, de la femei se aşteaptă să fie mai pasive, mai dependente, mai ascultătoare, mai emoţionale, interesate mai mult de ce simt alţii, mai centrate pe casă şi pe familie. De la bărbaţi se aşteaptă, în schimb, să fie mai independenţi, mai competitivi, mai controlaţi emoţional, mai raţionali şi mai puţin interesaţi de sentimentele altora" (P. Iluţ, 2000, 179).

Influenţaţi de gândirea stereotipă, s-ar putea să nu acordăm suficientă atenţie elementelor nonverbale care nu se potri-

emoției respective. Analiza rezultatelor susține idea că femeile au performanțe superioare bărbaților datorită faptului că, în cultura europeană, ele sunt mai puternic încurajate să-şi exprime emoțiile şi deci învață de timpuriu expresiile faciale care le corespund (C. Saarni, 1999, 98). Pe de altă parte, cercetătorii, în special adepții etologiei, cred în similaritățile culturale, în universaliile exprimării umane, ca răspuns la aceleaşi necesități adaptative. Dacă luăm în considerare teza universalității unor expresii emoționale, putem presupune că performanțele superioare ale femeilor în exprimarea acestor emoții şi deci în codificarea elementelor nonverbale nu se datorează unor influențe culturale sau socializatoare diferite şi unor capacităților individuale diferite. Disputa devine mai interesantă dacă avem în vedere că rezultatele unor cercetări (D. Fuchs şi M.H. Thelen, 1988 şi F. Pittman, 1994) susțin că bărbații obțin performanțe ridicate în inhibarea emoțiilor negative: tristețe, anxietate, teamă, mai greu putând fi observate de către un receptor elementele nonverbale corespunzătoare acestor emoții când emițătorul este de sex masculin.

Referitor la diferențele între sexe în exprimarea emoțiilor, Carolyn Saarni (1999, 98) redă un experiment condus de R. Casey (1993), în care participau copii cu vârste între şapte şi 12 ani, de ambele sexe. Subiecții, antrenați într-un joc, primeau un *feedback* pozitiv sau negativ de la un coleg. Fetele au obținut performanțe mai ridicate decât băieții atât în exprimarea emoțiilor pozitive, cât şi a celor negative, indiferent de *feedback*-ul primit, în timp ce băieții au continuat să fie mai puțin expresivi, indiferent de *feedback*. În plus, fetele au putut detalia mai bine decât băieții elementele nonverbale pe care credeau că le-au exprimat. Interesant este că atât băieții cât şi fetele au declarat că stările lor emoționale, interne, s-au modificat în funcție de *feedback*-ul primit. Aceasta arată că, deşi subiecții au încercat aceleaşi emoții, indiferent de sex, exprimarea lor a fost diferită la fete față de băieți, fetele conştientizând mai bine legătura dintre elementele nonverbale afişate şi stările interne. Diferențele ar putea fi puse, din nou, pe seama socializării diferite, însă Carolyn Saarni avansează o ipoteză

Dane Archer, Robin Akert şi Mark Constanzo (1993) au filmat 20 de scene din viaţa reală, pe care subiecţii trebuiau să le decodifice, raportându-se la elementele nonverbale. Subiecţii din materialul filmat nu erau actori, ci persoane obişnuite, antrenate în conversaţii cotidiene. După vizionarea fiecărei scene, cu o durată de aproximativ un minut, subiectului i se adresa o întrebare despre persoanele stimul care apăreau în imagine. Pentru a răspunde corect la întrebare, subiectul trebuia să acorde atenţie diferitelor elemente nonverbale exprimate de persoanele stimul. Experimentul a arătat că 45 la sută din cei 1400 de subiecţi participanţi au fost capabili să decodifice în mod corespunzător scenele prezentate. Indivizii au raportat ulterior că au utilizat mai multe canale ale comunicării nonverbale pentru a răspunde corect: tonul vocii, postura, expresiile feţei, direcţia privirii. În plus, experimentul a arătat că există diferenţe individuale, extroverţii performând mai bine decât introverţii.

O variabilă care poate diferenţia între competenţele individuale în comunicarea nonverbală este locul controlului[1]. Termenul „ locul controlului“ (*locus of control* – J.B. Rotter, 1966) sugerează că anumiţi indivizi, în procesul atribuirii, consideră că evenimentele prin care trec depind de propriile reacţii şi comportamente şi deci sunt controlabile „intern“, în timp ce alţii consideră că ceea ce li se întâmplă este datorat destinului, hazardului, şi deci puţin controlabil – ceea ce numim loc al controlului „extern“ individului. Relaţia dintre locul controlului şi capacitatea indivizilor de a codifica/decodifica elemente nonverbale este insuficient explorată.

Într-o cercetare experimentală (D.B. Bugental *et al.*, 1992) au demonstrat că există această legătură la copii: cei care credeau că au puţină influenţă asupra rezultatelor pe care le obţin au tins să fie mai dependenţi de indiciile verbale şi nonverbale transmise de ceilalţi, în construcţia realităţii. Interesant este că „externaliştii“ au putut decodifica mai greu elementele nonverbale specifice unei anumite stări emoţionale,

1 Cercetări privind relaţia dintre locul controlului şi acceptarea valorilor sociale şi respectiv emergenţa zvonurilor au fost realizate pentru prima dată în România de Septimiu Chelcea (1994).

vesc schemei de gen. Cu alte cuvinte, s-ar putea ca bărbații să exprime, spre exemplu, aceleaşi reacții nonverbale de teamă, însă ele să fie mai uşor decodificate în cazul femeilor, pentru că intră în schema despre acestea. În plus, dacă la nivelul simțului comun se acceptă ideea că femeile au o „mai bună intuiție", „sunt mai afective" şi „comunică mai uşor cu ceilalți", aceste elemente schematice pot fi interiorizate de subiecți, care învață să se comporte în acord cu ele.

Un alt factor individual care generează diferențe în modul în care subiecții codifică sau decodifică elementele nonverbale, afirmat anterior, este competența socială a indivizilor. De altfel, între competența în comunicarea nonverbală şi competența socială există o legătură biunivocă. Deşi unii cercetători au arătat că această legătură se întâlneşte îndeosebi la fete şi mai puțin la băieți, considerăm că merită de analizat ce indicatori ai competenței sociale putem lua în considerare. Cercetările au arătat că această legătură există, la copii, când se analizează ca indicatori ai competenței sociale: (1) statusul social (J. Hubbard şi J. Coie, 1994); (2) gradul în care subiecții sunt apreciați în grup – preferați ca parteneri de joacă (T.A. Walden, T.M. Field, 1990). În acest sens, copiii care au obținut scoruri ridicate la teste sociometrice au dovedit abilități superioare în decodificarea expresiilor faciale; (3) acceptarea în grup (J. Cassidy, Berlin, L.J. 1992); (4) adaptarea socială. Copiii care au înregistrat scoruri scăzute în ceea ce priveşte interpretarea acurată a expresiilor faciale au fost evaluați ca având o adaptare socială scăzută (de către profesori). Interesant este că această legătură a fost mai puternică pentru cei care aveau dificultăți în a sesiza expresia facială specifică mâniei; (5) maturitatea emoțională. Cercetătoarea olandeză Meerum Terwogt (1989), studiind comparativ două grupuri de copii, din care unul cu probleme emoționale, arată că ambele grupuri au performat similar în interpretarea emoțiilor, însă cei lipsiți de maturitate emoțională au manifestat o percepție rigidă, exagerând sau diminuând intensitatea emoțională a unor situații (*apud* C. Saarni, 1999).

Trăsăturile de personalitate joacă un rol important pentru capacitatea individului de a decodifica informațiile nonverbale.

> Copiii sunt stimulați să dezvolte acte agresive față de partenerii de aceeaşi vârstă şi chiar mamele sunt cele care întrețin aceste animozități, prezente şi în lumea matură (C. Saarni, 1999, 54).

Nu putem testa influența „culturii" în general asupra competenței în comunicarea nonverbală a indivizilor, ci, mai degrabă, putem lua în considerare anumite dimensiuni ale culturii. Geert H. Hofstede (1991) sugerează că trebuie să avem în vedere nivelul de individualism/colectivism, nivelul ierarhiei (în ce măsură relațiile se structurează conform unei ierarhii), nivelul masculinității (ca măsură în care valorizarea aspectelor instrumentale prevalează celor de îngrijire), gradul de evitare (în ce măsură relațiile sociale sunt reglate de norme, legi, devenind din ce în ce mai previzibile), orientarea spre muncă de tip confucianist (înțelegând prin aceasta valorizarea relațiilor de lungă durată, în muncă). Aceste aspecte nu sunt singurele care diferențiază între culturi, dar surprind necesitatea de a realiza studii transculturale privind competența în comunicarea nonverbală, pornind de la înțelegerea a ceea ce este diferit şi ceea ce uneşte culturile analizate.

Socializarea diferită a indivizilor este un factor care generează diferențe asupra modului în care aceştia receptează şi transmit elemente nonverbale. Cu cât învățăm mai multe despre ceilalți şi comportamentele lor, cu atât devenim mai atenți la mesajele nonverbale pe care le transmit. Scopurile şi modelele pe care le urmăm în copilărie sunt de natură să creeze experiențe emoționale distincte. A place sau a vrea ceva sau a nu place şi a displace ceva permit tânărului să dezvolte anumite expectații emoționale. Iar agenții socializatori (părinți, grupul de prieteni, şcoală, mass-media) contribuie la felul în care individul îşi stabileşte scopuri, la definirea a ceea ce place şi ceea ce respinge.

Tehnicile nonverbale ca tehnici de manipulare

Într-o cercetare bazată pe experiment, Jacobs Hornik şi Shmuel Ellis (1988) arătau că tehnicile nonverbale pot creşte complianța receptorilor când aceştia sunt solicitați să răspundă

decât „internaliştii“. Cu alte cuvinte, cei la care putem vorbi de un loc al controlului „intern“ au performanțe superioare în detectarea şi interpretarea elementelor nonverbale.

Factori culturali ai competenței în comunicarea nonverbală.

Afirmam la începutul acestui capitol că există o legătură indisolubilă între competența indivizilor („socială“, emoțională“, „nonverbală“) şi contextul socio-cultural. Concret, societatea în care trăim oferă prescripții normative, *display rules* asupra modului în care trebuie să ne manifestăm sentimentele şi ce înțeles să atribuim mesajelor nonverbale transmise de ceilalți (P. Ekman, 1993, 385). Este inutil să ne întrebăm dacă există vreo legătură între competența noastră emoțională şi cultura din care facem parte, atâta timp cât competența emoțională este parte a culturii căreia aparținem (Carolyn Saarni,1999, 103). Oamenii învață să codifice şi să decodifice elemente nonverbale din necesitatea de a descrie stările emoționale pe care le trăiesc, în acord cu înțelesurile social negociate.

Anumite culturi încurajează mai mult indivizii să-şi exprime sentimentele, altele dimpotrivă îi inhibă, unele contexte culturale ajută mai mult indivizii să comunice afectiv, alte dimpotrivă – să comunice instrumental. Carolyn Saarni (1999) oferă câteva exemple sugestive: două comunități, una primitivă, din nord vestul Botswanei şi cealaltă din Baltimore, SUA urmează modele de socializere diferită.

> Prima se centrează pe un model permisiv de creştere a copiilor, bazat pe afectivitate şi pe stimularea explorării mediului de către copil. Copiii sunt încurajați să dezvolte acte de agresivitate minore ca: vânarea sau lovirea animalelor de casă, pregătindu-se astfel să preia activitățile adulților. Relațiile cu partenerii de aceeaşi vârstă sunt armonioase, lipsite de agresivitate, reeditând armonia care domneşte şi în relațiile adulților. Comunitatea din Baltimore este formată din muncitori, care au descins din emigranți polonezi, italieni, irlandezi etc.

Experimentul în cauză a testat ce se întâmplă cu răspunsurile subiecților în două condiții experimentale:

> (1) situația în care subiecții interpelați sunt atinşi pe braț sau pe umăr şi respectiv priviți în ochi şi (2) situația în care nu sunt manipulate aceste tehnici nonverbale. Variabila dependentă, respectiv nivelul complianței subiecților intervievați, s-a măsurat prin următorii indicatori: (1) rata răspunsurilor, măsurată ca număr total de subiecți care au acceptat să participe la interviu; (2) calitatea răspunsurilor, măsurată prin numărul de întrebări închise omise în completarea chestionarului (rata omisiunilor) şi respectiv prin numărul de întrebări deschise la care s-a răspuns (rata completitudinii răspunsurilor). Cu cât rata omisiunilor este mai mare cu atât calitatea răspunsurilor este mai scăzută şi, invers, cu cât rata completitudinii este mai mare, cu atât calitatea răspunsurilor creşte; (3) posibilele erori de răspuns, măsurate prin compararea, pentru fiecare dintre itemii din chestionar, a distribuției răspunsurilor; (4) eroarea de respondent, măsurată prin compararea distribuției demografice a subiecților din grupul experimental şi respectiv din grupul de control. De asemenea, s-a analizat modul în care subiecții intervievați au perceput dificultatea sarcinii, folosind atât evaluările intervievatorilor cât şi opiniile intervievaților (ex: „impresia generală este că această cercetare este lipsită de importanță“ sau „mi-ar face plăcere să particip şi în viitor la asemenea interviuri“) (p. 544).

Intervievatorii (complicii) erau studenți care urmau un curs de marketing şi pentru care participarea la acest experiment făcea parte din activitatea de seminar. Cercetătorii au realizat o pretestare, pentru a se asigura de validitatea internă a experimentului: măsoară variabilele independente ceea ce şi-au propus să măsoare? Astfel, intervievatorii au fost angrenați într-un joc de rol, fimat cu ajutorul unor camere video, în care aceştia trebuiau să atingă interlocutorul pe mână sau pe umăr şi să mențină constantă a direcției privirii către interlocutor (în situația experimentală), sau să adopte un comportament nonverbal neutru, fără atingeri sau direcționări ale privirii (pentru grupul de control). Reacțiile nonverbale ale complicilor au fost analizate, selectându-se astfel patru studenți şi patru studente (complici) care aveau sarcina de a interpela un

la interviuri într-un *shopping mall*. În plus, dificultatea percepută a sarcinii este redusă când se apelează la mijloace nonverbale. Experimentul demonstrează valoarea tehnicilor nonverbale ca tehnici de manipulare. În continuare, voi prezenta această cercetare. Vreau să subliniez că, deşi presupoziţia de la care pleacă cercetarea este relativ simplă – utilizarea de către operatorii de teren a unor mijloace nonverbale de tipul atingerii sau direcţionării privirii către interlocutor are rolul de a diferenţia între numărul celor care acceptă să răspundă la un interviu într-un *shopping mall* şi calitatea răspunsurilor acestora – punerea acesteia în practică necesită un demers procedural complicat.

În primul rând, Jacobs Hornik şi Shmuel Elllis au identificat o problemă: aceea că tehnica intervievării indivizilor în locuri de tipul *shopping mall* este din ce în ce mai des utilizată în SUA. Aproximativ 90% dintre cercetările de marketing sunt realizate folosind această tehnică, iar procentul este în creştere şi în alte ţări. „Interviurile interpelate“ sunt preferate datorită flexibilităţii ridicate şi costurilor reduse, dar înregistrează o rată a nonrăspunsurilor destul de ridicată: 44 la sută dintre cei interpelaţi refuză să răspundă. Firesc, se ridică problema folosirii unor tehnici care să scadă rata nonrăspunsurilor.

Pentru a oferi o soluţie acestei probleme, Jacobs Hornik şi Shmuel Elllis au procedat la un experiment de teren provocat, realizat într-un *shopping mall*. Subiecţii participanţi, 288 de cumpărători, au fost aleşi pe perechi (50% femei, 50% bărbaţi) folosind o metodă de eşantionare cunoscută: a fost stabilită o regulă de eşantionare (legată de direcţia din care veneau cumpărătorii, faţă de un punct fix considerat central) şi un pas de eşantionare (dat fiind faptul că se cunoştea numărul mediu de cumpărători pentru fiecare locaţie). Concret, intervievatorii urmau să se posteze la fiecare dintre intrările *mall*-ului, iar locaţia lor să se schimbe la fiecare patru ore. Interviurile trebuiau să fie conduse trei zile, la diferite momente din zi. Putem spune că este un tip de experiment cu subiecţi complici, în care se încearcă un control riguros al variabilelor şi mai ales reducerea *bias*-ului legat de intervievator.

intervievatorului, mai ales când subiecții intervievați erau femei. Tehnicile nonverbale folosite nu au avut efect asupra posibilelor erori de răspuns sau de respondent, ci doar asupra percepției asupra nivelului de solicitare al sarcinii. Astfel, subiecții din situația experimentală au evaluat mai pozitiv interviul şi mai puțin solicitantă sarcina.

Acest studiu are o implicație metodologică directă. S-a afirmat deja că statusul intervievatorului, sexul, vârsta acestuia, pot influența numărul de nonrăspunsuri şi deci mărimea şi structura unui eşantion, dacă avem în vedere o eşantionare pe cote. Experimentul prezentat aici arată că elementele nonverbale folosite de operatori pot, de asemenea, influența structura eşantionului obținut şi numărul de nonrăspunsuri. A ține sub control elementele nonverbale se poate dovedi mai dificil decât controlul statusului, vârstei sau sexului operatorului.

Măsurarea competenței în comunicarea nonverbală: Testul PONS

Când vorbim de competența nonverbală, ne referim atât la capacitatea de codificare a unor mesaje nonverbale de către emițător cât şi la cea de decodificare a acestora de către receptor. Cât priveşte această din urmă competență, devine interesant să analizăm acuratețea indivizilor în detectarea şi interpretarea unor semnale nonverbale de-a lungul variatelor canale de comunicare. Intuiția ne spune că există variații interindividuale în acuratețea interpretării mesajelor nonverbale, variații legate de caracteristici personale, de abilități diferite în lucrul cu aceste canale de comunicare, de aspecte grupale sau ocupaționale şi nu în ultimul rând de determinanți culturali.

Dincolo de a explica diferențele la nivel individual în decodificarea elementelor nonverbale, probabil mai interesantă este analiza impactului acestor diferențe asupra anumitor aspecte din viața indivizilor. Sunt cei competenți în codificarea sau decodificarea elementelor nonverbale mai inteligenți, obțin mai multe succese profesionale şi sociale şi sunt mai buni lideri decât cei care au competențe mai scăzute în

număr egal de subiecți. Pentru ca variabilele legate de operatorul de interviu să fie controlate, subiecții complici erau rugați să poarte haine obişnuite de zi, nu cunoşteau ipotezele cercetării şi erau atent supravegheați în timpul derulării experimentului.

Procedeul de desfăşurare a experimentului a fost următorul: intervievatorul se îndrepta spre un cumpărător (de fiecare dată o persoană singură), îl saluta, îi oferea un mic cadou (o agendă în valoare de 0,50 $) cu inscripția facultății care realiza experimentul. Toți subiecții au acceptat până în acest moment întrevederea. Ulterior, studenții se prezentau şi îi rugau pe intervievați să participe la un interviu pentru un proiect realizat în cadrul universității. De asemenea, aceştia precizau că interviul durează aproximativ zece minute şi că este confidențial. Intervievatorii erau zâmbitori şi prietenoşi pe tot parcursul interviului, transmiteau mesaje verbale asemănătoare însă, pentru grupul experimental, s-au manipulat atingerile şi privirea, în timp ce pentru situația de control, aceste elemente au fost păstrate la nivel neutru. Ulterior, subiecții intervievați erau rugați să răspundă la câteva întrebări şi să completeze un chestionar autoadministrat, care se introducea într-un plic. Dacă subiectul refuza să răspundă, intervievatorul nota sexul şi reacțiile nonverbale ale acestuia. Ambele chestionare, atât cel administrat de intervievator, cât şi cel autoadministrat conțineau predominant întrebări închise şi doar câteva întrebări deschise.

Rezultatele experimentului au arătat că într-adevăr atingerile şi direcționarea privirii sunt elemente care discriminează între calitatea şi cantitatea răspunsurilor grupului experimental comparativ cu grupul de control. În plus, atingerile şi direcționarea privirii spre interlocutor au avut efectul scontat, mai ales la subiecții de sex feminin. Complianța subiecților creşte prin manipularea elementelor nonverbale, doar dacă interacțiunea din primele momente cu intervievatorul este percepută ca plăcută, astfel încât să justifice acordul cu interviul. Aşa cum se aşteptau, cercetătorii au întregistrat diferențe între răspunsurile intervievaților în funcție de sexul

au continuat şi după 1980, autorii americani testând reliabilitatea testului pe eşantioane diverse sub raportul grupelor de vârstă, ocupaţional-profesionale, culturale etc., testul PONS a fost utilizat insuficient în cercetările din domeniul comunicării nonverbale. Paradigma „feliilor subţiri“ (*thin slices*) propusă de Nalini Ambady şi colaboratorii săi, la sfârşitul anilor 1990 (vezi Capitolul 4) a readus testul PONS în atenţia cercetătorilor moderne. De aceea, prezentarea testului PONS (*Profile of Nonverbal Sensitivity*) în această lucrare are scopul de a spori interesul metodologic şi valorificarea lui în cercetări viitoare.

Ce este testul PONS ?

Testul se prezintă sub forma unui material filmat (alb negru, 16 mm) şi respectiv auditiv de 45 de minute, care cuprinde 220 secvenţe, a câte două secunde, extrase din comportamentul nonverbal dinamic al unui emiţător. Emiţătorul este de fiecare dată aceeaşi persoană (o femeie) care exprimă 20 de situaţii emoţionale (de la emoţii subtile ca de exemplu „dragostea maternă“ la situaţii emoţionale dramatice – „ameninţarea unei persoane“). Testul PONS prezintă unsprezece canale de comunicare, dintre care trei sunt canale „pur vizuale“, două canale „pur auditive“, iar şase canale reprezintă o combinaţie între cele vizuale şi cele auditive.

1) faţa;
2) corpul – de la gât la genunchi;
3) persoana în întregul său (faţa şi corpul până la genunchi);
4) vocea prin eşantionare aleatoare – un ansamblu sonor obţinut prin eşantionarea asupra mesajului verbal înregistrat al emiţătorului;
5) vocea prin filtrarea conţinutului – procedeu electronic de îndepărtare a frecvenţelor înalte care păstrează specificitatea mesajului fără a permite însă interpretarea conţinutului;
6) faţa şi vocea prin eşantionare aleatoare;
7) faţa şi vocea prin filtrarea conţinutului;

comunicarea nonverbală? Concret, faptul că un individ dovedeşte acurateţe peste medie în detectarea şi interpretarea unor elemente nonverbale are vreo influenţă asupra comportamentului său sau a reuşitei personale? Se poate diferenţia de un altul care manifestă o acurateţe scăzută sau medie în decodificarea elementelor nonverbale? Şi dacă da, în ce fel?

Pentru a răspunde acestor întrebări aveam nevoie de instrumente validate de măsurare a capacităţii de codificare şi respectiv decodificare a elementelor nonverbale. Un instrument de măsurare a capacităţii de codificare a mesajelor nonverbale nu este cunoscut, date fiind dificultăţile metodologice asociate unui asemenea demers (în primul rând impunerea unui standard în exprimarea unei anumite stări emoţionale, unui tip ideal care să funcţioneze drept bază de comparaţie). În literatura de specialitate este însă cunoscut testul PONS (*Profile of Nonverbal Sensitivity*) ca prim instrument de măsurare a diferenţelor individuale în receptarea unor elemente nonverbale, de-a lungul mai multor canale de comunicare: vizual, auditiv şi simultan vizual şi auditiv. Capacitatea indivizilor de a decodifica elemente nonverbale, numită sugestiv: „sensibilitate nonverbală“ (*nonverbal sensitivity*) este prezentată, prin aplicarea acestui instrument, sub forma unui „profil“ al fiecărei persoane de-a lungul mai multor canale de comunicare[1], care include scoruri ale decodificării mesajelor nonverbale specifice: expresiilor faciale, mişcărilor corpului, tonurilor vocii şi, de asemenea, combinaţiilor dintre aceste elemente.

Testul PONS este rezultatul unui program de cercetare în domeniul comunicării nonverbale care a început în Statele Unite în 1971, sub conducerea lui Robert Rosenthal, Judith A. Hall, Robin M. DiMateo, Peter L. Rogers şi Dane Archer şi care s-a concretizat în apariţia, în 1979, a lucrării *Sensitivity to Nonverbal Communication. The PONS Test.* Deşi cercetările

1 Termenul de „canal de comunicare“, în accepţiunea lui Robert Rosenthal şi a colaboratorilor săi, se referă la diferitele aspecte ale comunicării nonverbale: expresii faciale, mişcări ale ochilor, mişcări ale corpului, posturi, gesturi ale mâinii etc.).

interpersonale. Acest model presupune că indivizii se mişcă în spațiul social sub imboldul a doi vectori – unul care arată profilul persoanei în ceea ce priveşte claritatea trimiterii unor mesaje de-a lungul variatelor canale de comunicare şi celălalt care descrie capacitatea (sensibilitatea) individului în decodificarea acestor mesaje, de asemenea de-a lungul canalelor de comunicare luate în considerare. Matriceal, acest model ar arăta astfel:

Tabelul 3.1. Modelul competenței în comunicarea nonverbală, având în vedere competențele subiecților aflați în interacțiune, pe diferitele canale de comunicare (după R. Rosenthal, J.A. Hall, R.M. DiMateo, P.L. Rogers şi D. Archer, 1979).

	Scor pentru fiecare canal de comunicare				
Subiecți	C1	C2	C3	...	Ck
S1					
S2					
S3					
...					
St					

Pentru fiecare pereche de indivizi aflați în interacțiune, scorurile specifice canalelor pe care un subiect trimite mesajele pot fi corelate cu scorurile specifice canalelor pe care receptorul decodifică mesajele. O corelație ridicată ar însemna un nivel al comunicării optim între cei doi actori sociali. Cu alte cuvinte, acest model susține că subiecții cu profiluri similare sau complementare comunică mai eficient. Desigur, PONS este doar o parte a acestui model, măsurând acuratețea decodificării mesajelor nonverbale pentru indivizii aflați în interacțiune şi respectiv profilurile acestora, însă valoarea predictivă a testului se înscrie în acelaşi registru matriceal.

În plan teoretic, preocupările pentru măsurarea capacității de decodificare a elementelor nonverbale sunt legate de studiul profeției autorealizatoare (R.K. Merton, 1948/1968) care, aplicată comunicării interpersonale, s-ar traduce prin

8) corpul şi vocea prin eşantionare aleatoare;
9) corpul şi vocea prin filtrarea conţinutului;
10) persoana în întregul său şi vocea prin eşantionare aleatoare;
11) persoana în întregul său şi vocea prin filtrarea conţinutului.

Fiecare dintre cele 20 situaţii emoţionale apar de 11 ori, câte o dată pentru fiecare dintre canalele de comunicare descrise mai sus, creând astfel un total de 220 scene, care sunt distribuite aleator în cadrul testului PONS.

În ceea ce priveşte caracteristicile persoanei care codifică mesajele nonverbale, acestea constituie una din principalele limite ale testului (atunci când vrem să extindem aria culturală de aplicare), dar şi o bază de comparaţie a scorurilor între subiecţii cărora se aplică testul. Femeia emiţător, care apare în toate cele 22 de scene ale testului, prezenta, la momentul elaborării testului: 25 de ani, căsătorită, fară copii, absolventă a unei instituţii de învăţământ superior, de rasă albă, aparţinând clasei de mijloc, rezidentă în Nord-Estul Statelor Unite.

Cum se aplică testul PONS?

O persoană căreia i se aplică testul PONS priveşte sau ascultă fiecare dintre cele 220 de secvenţe specifice unei situaţii emoţionale redată de codificator şi încearcă să decodifice respectiva situaţie emoţională. Subiectul utilizează o foaie de răspuns cuprinzând itemi cu alegere multiplă. Concret, subiectul căruia i se aplică testul PONS trebuie să aleagă între două variante de răspuns dintre care numai una este corectă în raport cu itemul vizionat sau ascultat, spre exemplu: (A) cicăleşte un copil sau (B) îşi exprimă gelozia. Fiecare item este însoţit de o pauză, suficientă pentru ca subiecţii să-şi noteze alegerile.

Avantaje şi limite ale testului PONS.

Testul PONS are la bază un model de comunicare gândit de autori, menit să prezică rezultatele interacţiunii între doi sau mai mulţi indivizi, schimburile informaţionale şi expectaţiile

reclamă cooperare şi înțelegere reciprocă. De asemenea, ştiindu-se că elementele nonverbale la nivelul corpului şi în special la nivelul picioarelor scapă mai uşor controlul voluntar, este posibil ca persoanele care au competențe nonverbale ridicate pe acest canal de comunicare să fie avantajate în relațiile de competiție, când identificarea adevăratelor intenții ale celuilalt este necesară obținerii unor beneficii.

Foarte puține studii care au măsurat acuratețea indivizilor privind decodificarea elementelor nonverbale au luat în considerare mai multe canale de comunicare şi multe dintre studiile clasice au facut apel la fotografii, centrându-se exclusiv pe canalul vizual şi pe „față“ ca principală sursă de informații (P. Ekman, W. Freisen, 1969; C. Izard, 1971; M. Argyle, 1975). Instrumentul propus de R. Rosenthal şi colaboratorii săi are o validitate externă superioară, fiind un instrument multicanal. De asemenea, utilizarea unei persoane „obişnuite“ în locul unui actor profesionist are menirea de a evita artificialitatea în mesajelor transmise. Mai mult, numeroase dintre studiile precedente privind capacitatea subiecților de a decodifica elemente nonverbale (P. Ekman, W. Freisen, 1969; C. Izard, 1971) s-au concentrat asupra emoțiilor considerate fundamentale (bucurie, tristețe, ură, mânie, teamă, dezgust) şi au neglijat definirea situațională a emoțiilor (ex. când avem o dispută cu un coleg sau cu propriul copil, când ascultăm melodia preferată sau reîntâlnim un vechi prieten etc.)

Deşi testul PONS răspunde unora dintre limitele instrumentelor utilizate anterior şi este superior din punct de vedere al realizării tehnice multor dintre materiale filmate cu acelaşi scop, are şi dezavantaje, inerente poate oricărui instrument de cercetare care trebuie să aducă situația experimentală de laborator cât mai aproape de viața reală. Unele dintre aceste dezavantaje sunt asumate de înşişi autorii (R. Rosenthal *et al.*, 1979, 18).

1. Izolarea canalelor de comunicare. În viața reală decodificăm informația simultan pe mai multe canale. Sunt însă situații când numai anumite canale (spre exemplu vocea, în convorbirile telefonice) ne sunt accesibile, sau când introducem noi înşine o prioritate unui canal de comunicare, în

aceea că anumite expectații ale unui subiect față de celălalt aflat în interacțiune îl influențează neintenționat pe acesta din urmă în a-şi schimba comportamentul în direcția dictată de expectațiile inițiale[1]. Mai mult, Robert Rosenthal a cercetat relația dintre expectațiile profesorilor şi performanțele elevilor (fenomenul profeției autorealizatoare aplicate relație, profesor-elev), formulând ceea ce cunoaştem sub numele de „Efectul Pygmalion“[2] (R. Rosenthal şi L. Jacobson, 1968/1992, R. Rosenthal, 1971).

Profesorii şi elevii, ca toți ceilalți indivizi au abilități diferite de codificare şi respectiv de decodificare de-a lungul variatelor canale de comunicare, au un profil mai mult sau mai puțin similar al codificării/decodificării mesajelor. „Profesorul poate fi mai puțin eficient în eforturile sale, dacă cel mai bun canal de comunicare în ceea ce priveşte codificarea mesajelor transmise nu corespunde celui mai bun canal de comunicare al elevului care decodifică mesajul“ (R. Rosenthal 1971, 7). Aşadar, testul PONS vine ca o modalitate aplicativ-metodologică de a da un răspuns unora dintre semnele de întrebare legate de fenomenul profeției autorealizatoare.

Un avantaj evident al testului PONS este prezența celor 11 canale de comunicare prezentate anterior, care permit comparația între indivizi sub raportul profilurilor de competență în comunicarea nonverbală. Chiar dacă doi indivizi obțin scoruri asemănătoare la testul PONS, profilurile lor în ceea ce priveşte competența în comunicarea nonverbală pot fi diferite: unul dintre ei – mai competent în decodificarea elementelor la nivelul feței, iar celălalt – în decodificarea elementelor la nivelul corpului sau la nivelul elementelor paralingvistice. Cum fața furnizează cele mai multe informații despre starea emoțională a unei persoane, consider că subiecții care demonstrează competențe sporite în decodificarea expresiilor faciale au avantaje în situațiile ce

1 În România, S. Chelcea, L. Radu şi C. Ciupercă (1999) au realizat pentru prima dată cercetări care au pus în evidență profeția autorealizatoare ca tehnică psihosociologică de manipulare comportamentală.

2 Voi prezenta pe larg „Efectul Pygmalion“ şi în studiul condus de R. Rosenthal şi L. Jacobson, 1968/1992, în Capitolul 4.

antă preferată şi de R. Rosenthal şi colaboratorii săi. În această a doua situație, se procedează la selecția posibililor candidați care ar putea fi potențiale talente (*natural performers*), cum s-a procedat şi în cazul testului PONS, adică subiecți capabili să codifice în mod propriu şi cu naturalețe situațiile emoționale prezentate, ajungându-se astfel la acelaşi tip de limită asociată instrumentului de cercetare. Dacă însă subiecții ar fi filmați în mediul real, când „trăiesc" şi nu când „joacă" situațiile emoționale respective, am putea contracara aceste limite. Dacă pentru un instrument de cercetare bazat pe fotografii acest deziderat este posibil, în cazul testului PONS însă, stimularea subiectului astfel încât să trăiască unele dintre emoțiile cu intensitate ridicată (spre ex. „exprimă gelozia în mod mânios") nu este doar dificilă dar şi criticabilă din punct de vedere deontologic.

5. Reacțiile emoționale exprimate nu sunt spontane, ca în viața reală, ci dirijate. Desigur în analiza emoțiilor exprimate de emițător s-au avut în vedere anumite criterii, în aşa fel încât acestea să fie cât mai conforme cu realitatea, dar PONS rămâne un instrument creat în condiții de laborator (R. Rosenthal *et al.*, 1979, 19).

6. Un singur emițător care transmite mesajele nonverbale. Se concluzionează asupra competenței în comunicarea nonverbală a subiecților pe baza reacțiilor acestora față de un singur codificator. Aici, dificultățile aplicării testului în cazul utilizării mai multor emițători sunt evidente.

7. Apartenența la gen a persoanei care codifică. În literatura de specialitate găsim păreri contrare despre influența genului emițătorului şi respectiv al receptorului asupra competenței nonverbale a subiecților. Autorii susțin că utilizarea testului PONS cu un codificator de sex masculin a produs rezultate similare celor obținute prin aplicarea testului PONS inițial (cu un emițător de sex feminin).

8. Faptul că scenele prezentate sunt desprinse din context, fără ca subiecții să cunoască motivul care a provocat emoția respectivă şi fără a avea orice interacțiune preliminară cu codificatorul, creează o situație artificială, deşi permite controlul unor variabile a căror influență ar fi fost dificil de urmărit în situații reale.

judecarea celorlalte persoane. Testul PONS încearcă să se apropie de situațiile din viața reală, fiind un test multicanal.

2. Lipsa informației verbale – lucru pe care îl întâlnim foarte rar în situații reale de viață, când trebuie să evaluăm o persoană. Şi totuşi, sunt momente când simpatizăm sau dimpotrivă simțim antipatie pentru cineva „din primul moment“, doar uitându-ne cum zâmbeşte, cum se mişcă, ce fel de haine poartă.

3. Nu toate canalele de comunicare sunt luate în considerare. Desigur testul prezintă 11 canale nonverbale pe care subiectul poate fi testat comparativ, din punctul de vedere al capacității sale de decodificare a elementelor nonverbale. Lista canalelor de comunicare nu este exhaustivă. Această limită însă este dificil de contracarat de un instrument standardizat de măsurare (R. Rosenthal *et al.*, 1979, 19).

4. Consider că lipsa de informații privind capacitatea de codificare a emițătorului, variabilă presupusă constantă de-a lungul celor 220 itemi, este una dintre limitele importante ale instrumentului. Autorii afirmă că un instrument similar pentru analiza capacității de codificare a unor mesaje nonverbale este mult mai dificil de realizat, tocmai pentru că lipsesc standardele de comparație. De această problemă s-au lovit inclusiv cercetătorii care au utilizat fotografii pentru măsurarea abilității indivizilor de a recunoaşte diferite expresii faciale. Cum să selecteze din ansamblul de fotografii, din mulțimea de codificatori, pe acelea care să redea tipul ideal al fiecărei expresii emoționale? Selecția, chiar dacă uneori realizată pe baza unor criterii foarte clare, a introdus ca factor liber (variație necontrolată) influența competenței nonverbale distincte a persoanei din imagine. În mod asemănător, testul PONS este limitat prin caracteristicile socio-demografice şi de competență în comunicarea nonverbală a codificatorului. Se ridică aici două probleme: dacă utilizăm ca emițător un actor profesionist, care reuşeşte să fie foarte expresiv, atunci testul are de suferit prin faptul că modelul matriceal expus anterior este dezechilibrat comparativ cu situația reală (unde nu aveam de-a face tot timpul cu persoane foarte expresive). A doua problemă este legată de alegerea unei „persoane oarecare“ pentru a juca rolul codificatorului, vari-

emoționale ale celorlalți, sunt mai empatice[1], mai afective şi mai centrate pe detalii. Studiile din literatura de specialitate par să confirme cel puțin parțial acest punct de vedere. Judith A. Hall (1978, 1984) trece în revistă principalele studii care tratează decodificarea elementelor nonverbale şi respectiv diferențele de gen. Metaanaliza realizată de cercetătoarea americană dă câştig de cauză viziunii tradiționale – femeile au obținut scoruri mai mari decât bărbații în ce priveşte competența în comunicarea nonverbală pe anumite canale de comunicare: femeile s-au dovedit mai acurate în 82 la sută dintre studiile care vizau decodificarea elementelor vizuale, în 57 la sută dintre studiile care vizau decodificarea elementelor auditive (paralingvistice) şi 100 la sută, în studiile care utilizau atât canalul vizual cât şi cel auditiv. Per ansamblu, femeile par a fi mai competente în decodificarea elementelor nonverbale vizuale decât în decodificarea celor auditive, în schimb bărbații înregistrează performanțe ridicate în decodificarea elementelor nonverbale specifice canalului auditiv.

Robert Rosenthal şi colaboratorii (1976, 165), analizând diferențele de gen în relație cu scorurile subiecților la testul PONS, au obținut rezultate asemănătoare. Femeile au avut scoruri ridicate când au trebuit să analizeze elemente nonverbale la nivelul feței sau corpului, iar bărbații au avut scoruri ridicate în evaluarea elementelor de natură auditivă. Interesant este că atunci când evaluatorii au fost rugați să estimeze performanțele femeilor şi, respectiv, ale bărbaților la testul PONS, aceştia au apreciat diferențele de gen mai accentuate decât au fost în realitate. Se pare că avem de a face cu interiorizarea unui model în care se aşteaptă de la bun început ca femeile să obțină performanțe superioare bărbaților la un astfel de test. Aceasta şi pentru că rezultatele aplicării testului PONS pe grupe diferite de vârstă sugerează că, la vârste mici, abilitățile de decodificare ale fetelor şi respectiv băieților sunt similare.

1 Stroe Marcus (1997) a prezentat rolul empatiei în relațiile interumane, considerând că orice act de comunicare verbală sau nonverbală între doi interlocutori presupune empatie, care are rol adaptativ, permițând înțelegerea trăirilor afective, gândurilor celuilalt şi anticiparea comportamentului acestuia.

9. Se ridică întrebarea dacă subiecții ar fi putut identifica singuri situațiile emoționale respective, folosind o întrebare deschisă, fără posibilitatea de a alege între două variante de răspuns date. Problema recunoaşterii *versus* reproducerii este prezentă în multiple studii exprimentale de acest gen şi a fost combătută prin dezvoltarea de studii comparative.

În concluzie, există limite ale testului PONS care sunt inerente oricărui instrument de cercetare construit în laborator şi aspecte care sunt perfecționabile în construcția sa. Fără îndoială că la nivelul anilor '70, din punct de vedere tehnic, construirea unui astfel de instrument era considerată revoluționară, cu tehnologia de astăzi însă, resursele financiare şi umane antrenate într-un proiect similar ar putea fi mult reduse. Spre deosebire de limitele prezentate de autori, am insistat pe limitele care țin strict de emițător, de competența nonverbală şi trăsăturile specifice ale acestuia tocmai pentru că, în opinia mea, sunt aspectele cele mai vulnerabile ale testului şi deopotrivă cele care pot fi uşor surmontate. Traducerea testului şi aplicarea lui în România (demers realizat în cadrul cercetării experimentale prezentate în Capitolul 5) s-a lovit de necesitatea adaptării sale astfel încât situațiile emoționale prezentate să fie mai aproape de situații comune ale vieții cotidiene actuale din România şi ca emițătorul să reprezinte (inclusiv prin vestimentație) o persoană „obişnuită“ pentru subiecții evaluați. Aşadar, consider că derularea unui proiect care să construiască în România un test similar, ținând cont de limitele prezentate şi de noile facilități tehnologice, poate impulsiona cercetarea în domeniul comunicării nonverbale în spațiul academic, recunoscând în acelaşi timp că stabilirea prototipului persoanei „obişnuite“, care să joace, în acest caz, rolul codificatorului constituie încă o provocare.

Testul PONS: Rezultate experimentale

Diferențe de gen. În mod tradițional se consideră că femeile sunt mai interesate în a cunoaşte şi a interpreta reacțiile

asupra copiilor de vârstă mică decât cele vizuale. Încercând o explicație a competenței nonverbale sporite a copiilor de vârstă mică, când este vorba de canalul auditiv, sunt avansate câteva ipoteze care merită analizate. R. Rosenthal argumentează că într-o anume etapă a socializării individului (copilăria) este important să învețe să decodifice elemente specifice canalelor de comunicare care scapă uşor controlului voluntar, unde există „scăpări nonverbale“ (*nonverbal leakage* – ca să folosim termenul introdus de P. Ekman, 1969, 1991). Iar canalul auditiv este adesea mai dificil de controlat decât cel vizual şi poate fi cel care „face diferența“. Într-un demers adaptativ, devine important pentru individul aflat la începutul vieții să învețe să „citească“ acest canal de comunicare.

O altă explicație vine dintr-o arie disciplinară diferită, cea a psihologiei copilului mic: aflat într-o perioadă de intensă verbalizare, este firesc să fie centrat şi să acorde atenție canalului auditiv în interpretarea realității înconjurătoare. Totuşi, lucrarea *Sensitivity to Nonverbal Communication: The PONS Test* a arătat că sporirea atenției este legată de performanțe ridicate în decodificarea elementelor nonverbale, doar când este vorba de canalul vizual (elemente nonverbale ale feței şi corpului) şi nu influențează performanțele în decodificarea elementelor specifice canalului auditiv. Aceasta, şi faptul că itemii de natură pur auditivă sunt mult mai greu de evaluat în cadrul testului PONS, mă conduc la concluzia că există modalități subtile, parțial conştiente sau poate inconştiente, în cazul decodificării elementelor nonverbale, specifice canalului auditiv, la copilul mic, care, ulterior se manifestă mai puțin, odată cu înaintarea în vârstă. În sprijinul acestei idei, rezultatele studiilor conduse pe grupuri diferite de persoane mai „complexe“ (studenți, clinicieni, artişti) sau mai „simple“ (copii, adolescenți, pacienți cu boli psihice) arată că grupurile „complexe“ au înregistrat scoruri ridicate în decodificarea elementelor specifice canalului vizual, iar cele „simple“, mai puțin „sofisticate“ – în decodificarea elementelor specifice canalului auditiv. Rezultatele acestor cercetări sunt provocatoare, sugerând că socializarea, creşterea nivelului verbali-

Ne putem întreba dacă femeile sunt biologic programate în a avea o competență nonverbală superioară sau aceasta se dobândeşte prin învățare socială. În acest sens, R. Rosenthal şi colaboratorii prezintă câteva ipoteze interesante, fără a avansa un răspuns definitiv. O primă explicație sugerează legătura dintre competența nonverbală şi poziția femeii în societate, de-a lungul timpului (S. Weitz, 1974) – femeile au dezvoltat capacități superioare de decodificare a elementelor nonverbale, fiind nevoite să facă față unui mediu ostil şi oprimant. A decodifica mesajele celor mai puternici putea fi o cerință adaptativă. O altă explicație plasează diferențele de gen în competențele nonverbale în zona diferențelor de rol (P.W. English, 1972). Concret, în multe situații sociale femeile joacă rolul de observatori, în timp ce bărbații sunt cei care „au inițiativă". Cu alte cuvinte, femeile pot avea o „sensibilitate nonverbală" superioară nu pentru că societatea le atribuie aceste caracteristici care sunt ulterior interiorizate, ci pentru că ele petrec mai mult timp ascultând şi analizând, în poziția de observatori. Sunt discutabile, în acest context, abilitățile superioare ale bărbaților de a decodifica elementele nonverbale de natură auditivă, care trimit la explicații de natură biologică şi nu socială.

Diferențe pe grupe de vârstă. Cercetările conduse de R. Rosenthal *et al.* (1979) indică o îmbunătățire cu vârsta a performanțelor subiecților în decodificarea elementelor nonverbale. Scorurile privind „sensibilitatea nonverbală" înregistrează o creştere lineară la grupele de opt până la 25 de ani, stopată ulterior la grupele de vârstă mai înaintată. Mai mult, efectul vârstei este mai pronunțat în ceea ce priveşte decodificarea elementelor vizuale decât a celor auditive.

Şi mai interesant este faptul că la vârste mici, copiii par a fi mai acurați în decodificarea elementelor de natură auditivă şi au scoruri modeste şi chiar joase în decodificarea elementelor de natură vizuală. Aceste rezultate sunt semnalate de cercetări ulterioare (D.B. Bugental *et. al,* 1992) care susțin faptul că elementele verbale au un impact evaluativ mai puternic

ierarhizeze cele 20 de culturi pe o scală de la „-10“ (foarte diferit) la „+10“ (foarte asemănător) şi s-au calculat mediile ierarhizărilor pentru fiecare cultură. Rezultatele au arătat o corelaţie semnificativă între indicii de proximitate ai culturilor astfel calculaţi şi rezultatele la testul PONS ale subiecţilor din interiorul culturilor respective, venind clar în sprijinul ipotezei conform căreia subiecţii din culturi similare cu cea americană tind să aibă performanţe superioare la aplicarea testului PONS.

Autorii au corelat, de asemenea, rezultatele PONS cu alte variabile de natură socială şi structurală: gradul de modernizare a societăţii, nivelul comunicării şi al contactelor directe. Rezultatele au arătat că nivelul dezvoltării comunicării în societatea respectivă influenţează modul în care subiecţii performează la testul PONS. Mai precis, cei care au obţinut rezultate peste medie la testul PONS proveneau din culturi cu sisteme comunicaţionale avansate, probabil având o mai mare experienţă în decodificarea zilnică a unor astfel de mesaje.

R. Rosenthal, J.A. Hall, R.M. DiMateo, P.L. Rogers şi D. Archer au meritul de a fi testat şi diferenţele de clasă (puţin studiate în cercetările experimentale de laborator). Rezultatele arată o corelaţie pozitivă ($r = 0,56$, $p < 0.016$) între nivelul ocupaţiei tatălui şi scorurile subiecţilor de sex feminin şi o corelaţie negativă ($r = - 0,26$, $p < 0.02$) pentru subiecţii de sex masculin şi sunt consistente cu cele obţinute de Carol E. Izard (1971), care identifică o corelaţie pozitivă între clasa socială a părinţilor şi capacitatea de decodificare a elementelor nonverbale, la copii. Autorii nu se pot pronunţa asupra relaţiei negative între nivelul ocupaţional al tatălui şi scorul PONS, când subiecţii sunt de sex masculin. Cercetări viitoare vor arăta dacă acest rezultat se menţine şi cum anume îl putem explica. Personal avansez ipoteza unei corelaţii pozitive (direct proporţionalitate) între rezultatele care vizează competenţa în decodificarea elementelor nonverbale specifice canalului vizual şi variabile de natură structurală (cum este cazul ocupaţiei tatălui) şi a unei corelaţii negative între rezultatele care vizează competenţa în decodificarea elementelor nonverbale

zării, al complexității subiecților este însoțită de diminuarea „sensibilității" nonverbale la nivelul canalului auditiv. Canalele ontogenetic veridice pierd teren în favoarea canalului vizual şi al modalităților „construite" de interpretare, pe parcursul socializării individului.

Diferențele culturale. În disputa universalitate *versus* relativism cultural în interpretarea elementelor nonverbale, R. Rosenthal şi colaboratorii săi dezvoltă ipoteza proximității ca modalitate de interpretare a diferențelor culturale: culturile similare vor avea *pattern*-uri comune de receptare a mesajelor nonverbale. În sprijinul acestei ipoteze, 2300 de persoane aparținând a 20 de culturi au fost testate cu testul PONS. Rezultatele au arătat o varietate a răspunsurilor şi, respectiv, a scorurilor înregistrate, punând sub semnul întrebării ipoteza universaliilor culturale în domeniul comunicării nonverbale. Mai mult, culturile cele mai asemănătoare culturii americane au fost şi cele în care decodificarea itemilor nonverbali specifici testului PONS a fost mai facilă. Aplicabilitatea testului nu poate fi însă restrânsă la cultura americană, atât timp cât grupuri de subiecți specifice altor culturi au înregistrat scoruri similare şi uneori mai bune decât cele ale americanilor supuşi testului PONS. Diferențe au existat chiar şi între vorbitorii nativi de limba engleză, din diferite țări, ceea ce înseamnă că decodificarea unor mesaje nonverbale transmise de emițătorul american nu este la fel de rapid realizată dacă receptorii vorbesc aceeaşi limbă, dar trăiesc în spații socio-culturale diferite.

Totuşi, proximitatea lingvistică, parte a proximității culturale, a influențat distribuția scorurilor PONS în cele 20 de culturi analizate: subiecții din culturile a căror limbă a fost mai apropiată de engleză au înregistrat performanțe superioare, sugerând, în opinia mea, că similaritățile în registrul verbal se pot traduce în similarități în comunicarea nonverbală şi că, probabil, modalitatea de transmitere din generație în generație a limbajului urmează acelaşi drum şi în comunicarea nonverbală.

Pentru a avea o distribuție a proximităților între diferitele culturi, autorii au cerut diverselor grupuri de subiecți să

raportat un număr mai mare de prieteni, iar indivizii populari, cu relații sociale diverse au avut, în general, scoruri mai ridicate la testul PONS.

Rezultatele testului PONS au fost puse în legătură şi cu valorile subiecților analizați: teoretice, economice, estetice, sociale, politice şi religioase (folosind scala de valori propusă de G.W. Allport, P.E. Veron şi G. Lindzey, 1960). Scorurile ridicate în privința valorilor sociale şi religioase s-au asociat unei competențe nonverbale sporite, prin aplicarea testului PONS. În plus, valorile teoretice au corespuns unor scoruri PONS modeste. De asemenea, subiecții care au dovedit abilități în decodificarea elementelor nonverbale au tins să fie mai puțin dogmatici (pe scala M. Rokeach, 1960) şi au înregistrat scoruri modeste pe Scala Machiavelli. Cei mai acurați subiecți par să fie cei extravertți, cei apreciați ca fiind de succes (atât după evaluările proprii, cât şi după ale celor din jur). Aceste din urmă rezultate şi faptul că rapiditatea în decodificarea elementelor nonverbale a corelat cu nivelul popularității subiecților ne îndreptățesc să spunem că „sensibilitatea“ în comunicarea nonverbală se regăseşte în viața reală ca o abilitate care asigură succesul individului şi merită a fi studiată.

Diferențe în funcție de ocupații şi interese. În cercetările privind minciuna şi identificarea mincinoşilor, Paul Ekman (1991, 1997) nu a reuşit să identifice o relație între acuratețea în detectarea minciunii şi vârstă, sex sau experiența în muncă. Cei 509 subiecți analizați incluzând lucrători ai Serviciului American de Informații (CIA), ai Biroului Federal de Investigații (FBI), forțe de poliție şi judecători, psihiatri, studenți şi muncitori au arătat o capacitate moderată de a decodifica persoanele care mint, iar diferențele între grupuri nu au fost relevante, aşa cum ne-am putea aştepta, bazându-ne pe cunoaşterea comună. Doar serviciile speciale (CIA) au înregistrat o corelație semnificativă între nivelul experienței şi acuratețea decodificării minciunii.

Referindu-se la relația dintre rezultatele testului PONS şi apartenența la diferitele categorii ocupaționale, R. Rosen-

specifice canalului auditiv şi acelaşi tip de variabile, pentru că această din urmă competenţă este puternic legată de variabile de natură biologic-adaptativă, aşa am sugerat anterior. Şi cum bărbaţii au dovedit abilităţi superioare în decodificarea elementelor nonverbale specifice canalului auditiv, iar fetele – canalului vizual, o asemenea ipoteză ar explica rezultatele obţinute de Rosenthal şi colaboratorii săi în ce priveşte relaţia între scorurile la testul PONS şi clasa socială căruia aparţine subiectul. Deşi în acest moment o astfel de ipoteză are probabil un caracter speculativ şi se bazează pe deducţii logice fondate pe rezultatele cercetărilor prezentate anterior, merită investigată în continuare.

Diferenţe cognitive şi psihologice. Rezultatele testului PONS au corelat slab cu abilităţile general intelectuale ale subiecţilor. Mai mult, nivelul inteligenţei (IQ) s-a dovedit a fi o componentă dintr-un registru diferit celui măsurat prin testul PONS. S-a constatat, de asemenea, că există o relaţie modestă între scorurile PONS şi nivelul succeselor şcolare, la elevi. O întrebare firească este dacă abilităţile verbale şi nonverbale corelează între ele. Pentru măsurarea competenţei verbale autorii au folosit scorurile obţinute de subiecţi la partea de vocabular, pe scala *Wechsler Adult Intelligence* (WAIS) şi, respectiv, rezultatele testului de vocabular al examenelor de absolvire. Ambele au corelat pozitiv cu PONS. Complexitatea cognitivă şi atenţia acordată diferitelor canale de comunicare nu au influenţat rezultatele PONS. Autorii au arătat însă că subiecţii care sunt mai „independenţi faţă de câmp" au competenţe nonverbale superioare.

În ceea ce priveşte stilul de *leadership* al subiecţilor şi relaţia acestuia cu testul PONS, cercetările arată că persoanele care sunt orientate spre sarcină au o şi mai mare capacitate de a decodifica elemente nonverbale. Acest lucru se poate explica şi prin faptul că liderii orientaţi spre sarcină sunt, de obicei, antrenaţi într-un număr mai mare de interacţiuni, fapt care le poate spori competenţa în comunicarea nonverbală. De asemenea, cei orientaţi spre sarcină (şi nu spre scop) au

de variabile socio-demografice (sex, vârstă, clasă socială, ocupaţie), psihosociologice (tip de personalitate, nivel de inteligenţă, valori, succes în relaţiile cu ceilalţi şi popularitate în grup) şi culturale (proximitate culturală, nivel al dezvoltării mijloacelor de comunicare etc.).

Consider o necesitate includerea competenţei în comunicarea nonverbală ca variabilă explicativă în cercetările sociologice şi psihosociologice din spaţiul românesc, paralel cu dezvoltarea unor instrumente valide care să poată măsura acest concept.

Rezultatele cercetărilor comentate anterior indică aplicabilitatea conceptului de „competenţă" în comunicarea nonverbală în:

1) Domeniul relaţiilor de cuplu – dacă putem vorbi de profiluri compatibile ale partenerilor sub aspectul competenţei în comunicarea nonverbală şi dacă aceasta explică succesul relaţiilor de lungă durată;

2) Domeniul relaţiilor de muncă şi comportamentului organizaţional – în ce măsură liderii care au competenţă sporită în comunicarea nonverbală sunt apreciaţi de angajaţi şi obţin performanţe superioare. În plus, putem analiza pentru ce domenii de activitate competenţa nonverbală este un factor explicativ al performanţei;

3) Evaluarea activităţilor de predare/învăţare – putem selecta pentru activităţile de predare profesori cu abilităţi superioare de comunicare nonverbală, sau cei care sunt compatibili „profilului" elevilor antrenaţi în procesul educaţional. Acest deziderat se impune în special pentru grupurile supuse riscului, unde relaţia profesor-elev este esenţială pentru succesul şcolar;

4) Evaluarea rezultatelor altor activităţi: vânzarea unor produse sau servicii, *training*-ul unor angajaţi, selecţia de personal etc. – în ce măsură competenţa în comunicare nonverbală este parte a succesului unor asemenea demersuri.

Studiul competenţei în comunicarea nonverbală, în domeniile menţionate mi se pare cu atât mai util cu cât am arătat anterior că această componentă poate fi educată şi îmbunătăţită. Rezultatele superioare ale studenţilor care au urmat un curs de comunicare nonverbală, ale actorilor, dansatorilor şi scriito-

thal şi colaboratorii găsesc câteva diferenţe semnificative. În primul rând, cele mai bune performanţe au fost obţinute de actorii specializaţi în improvizări (acurateţe 84,7 la sută). Autorii citează studiile realizate de Debra Kimes, la Universitatea California, folosind studenţi cu abilităţi creative (actori, dansatori, pictori, muzicieni, scriitori) comparativ cu un grup de control (format din subiecţi care nu activează în domeniul artelor). Rezultatele au arătat că dansatorii şi actorii au obţinut performanţele cele mai ridicate în decodificarea elementelor nonverbale specifice canalului vizual. În plus, muzicienii şi scriitorii au obţinut rezultate superioare celorlalte grupuri în decodificarea elementelor nonverbale folosind canalul auditiv. De asemenea, performanţe ridicate au fost obţinute de grupurile de studenţi care urmau un seminar pe tema comunicării nonverbale (acurateţe între 77,5 şi 79 la sută). Aceasta arată faptul că putem educa şi îmbunătăţi competenţa în comunicarea nonverbală.

Profesorii şi managerii au avut scoruri medii, similare în decodificarea elementelor nonverbale, semnificativ mai scăzute decât clinicienii. De remarcat şi faptul că profesorii care au avut performanţe ridicate în decodificarea elementelor nonverbale au fost şi cei evaluaţi superior în activităţile de predare, de către studenţii lor (R. Rosenthal *et. al* 1979, 27*).*

Poate, nu în ultimul rând, ar trebui să semnalăm că există o legătură între profilul „sensibilităţii" în comunicarea nonverbală şi aspecte ale relaţiei între parteneri (căsătoriţi sau implicaţi într-o relaţie romantică). Conform aceloraşi autori, partenerii cu profiluri PONS complementare au raportat o calitate superioară a relaţiei, faptul că se înţeleg bine şi au arătat o deschidere mai mare către celălalt şi cercul acestuia de prieteni. Astfel de rezultate susţin teoria nevoilor complementare dezvoltată de Robert Winch (1968), cu privire la succesul şi cuplul romantic.

Testul PONS nu este singurul instrument de măsurare a competenţei în comunicarea nonverbală, dar este singurul test multicanal şi unul dintre puţinele teste a căror validitate a fost cercetată, aşa cum am arătat aici, în legătură cu o plajă largă

primitive, preponderant vânători, să se bazeze pe o „sensibilitate auditivă“ ridicată. Explicațiile de natură socio-biologică însă, oricât de atractive, se bazează exclusiv pe studii descriptiv-comparative şi sunt dificil de probat experimental.

Dacă ne referim însă la capacitatea superioară a femeilor de a decodifica elemente nonverbale specifice canalului vizual, ipoteza socializării diferite pare mai plauzibilă. „Vederea este cel mai important din toate simțurile. În timpurile primitive, cea mai mare atenție trebuie să fi fost îndreptată, fără încetare, spre obiecte îndepărtate cu scopul de a obține prada şi de a evita pericolele (Ch. Darwin, 1872/1967, 127).

Din perspectivă ontologică, acuratețea decodificării elementelor nonverbale specifice canalului vizual pare să fi fost extrem de necesară atât comportamentelor de vânătoare cât şi celor de îngrijire şi pregătire a hranei, menținând probabil diferențe nesemnificative între cele două sexe. Rezultatele prezentate de Judith A. Hall (1984), care arată diferențe de gen nesemnificative privind competența în comunicarea nonverbală la copii, dar notabile între adulți, întăresc ipoteza prezentată aici: aspecte cultural-socializatoare sunt „responsabile“ pentru diferențele de competență nonverbală între cele două sexe, la nivelul canalului vizual, şi aspecte biologice, pentru diferențele la nivelul canalului auditiv.

rilor, dar şi ale celor din cadrul serviciilor speciale americane sugerează că nu doar anumite profesii selectează indivizi cu abilităţi sporite de a comunica nonverbal, dar şi indivizii socializează în cadrul lor, îşi însuşesc prescriptele de rol specifice profesiunii în cauză, devenind, în final, „mai competenţi“ în a codifica şi decodifica mesaje nonverbale. În sprijinul acestei idei sunt rezultatele obţinute de Paul Ekman (1991) privind detectarea minciunii, la grupuri profesionale care recompensează astfel de performanţe. Ekman a arătat de ce diferenţele intergrupuri privind detectarea minciunii au fost nesemnificative şi de ce a existat o corelaţie negativă între vechimea în muncă a subiecţilor şi competenţa nonverbală, pentru lucrătorii în poliţie şi cei de la Biroul Federal de Investigaţii (FBI). Cercetătorul american susţine că lucrătorilor din poliţie li se inoculează ideea că „toată lumea minte“, fiind astfel socializaţi să fie extrem de circumspecţi, rol care le conferă un real dezavantaj în identificarea corectă a mincinoşilor. În plus, atât pentru lucrătorii în poliţie cât şi pentru cei ai Biroului Federal de Investigaţie, vechimea în muncă este asociată, de obicei, cu mai puţine activităţi „de teren“ şi mai multe sarcini administrative sau de management intern, ceea ce ar putea explica relaţia negativă între vechimea în muncă şi competenţa în comunicarea nonverbală. Aceasta înseamnă că putem educa dar şi pierde competenţa în comunicarea nonverbală şi, deşi prescripţiile de rol asociate anumitor profesii ne pot ajuta să dobândim capacităţi sporite de comunicare nonverbală, pot fi şi o barieră în calea valorificării propriului potenţial.

Că există un potenţial al fiecărui individ în acumularea unei competenţe în comunicarea nonverbală, am discutat pe parcursul acestui capitol. Rămân provocatoare rezultatele care arată o competenţă sporită a bărbaţilor în decodificarea elementelor nonverbale specifice canalului auditiv şi o competenţă superioară a femeilor în decodificarea elementelor specifice canalului vizual. Personal, consider că putem explica biologic diferenţele între sexe privind competenţa nonverbală la nivelul canalului auditiv, apelând la elemente de ontogenie: era esenţial pentru indivizii de sex masculin din comunităţile

Psihosociologia modernă şi contemporană a consacrat o altă linie de cercetare care a readus în discuție problema acurateței judecăților noastre, bazate pe informații limitate, dintr-o altă perspectivă: posibilitatea de a prezice rezultatele interacțiunilor umane. Putem oare prezice anumite comportamente umane sau rezultate ale acestora bazându-ne pe expuneri limitate la persoanele stimuli? (R. Rosenthal, J.A. Hall *et al.*, 1979, 1984, 1992; F.J. Bernieri *et al.*, 1995, 1996, 1999; N. Ambady *et al.*, 1992, 1993, 1995, 2000, 2006). În cadrul acestei direcții de cercetare, Nalini Ambady *et al.* (2000, 203) conceptul de *thin slices*, definit ca „un scurt fragment de comportament extras dintr-un ansamblu expresiv, folosind un procedeu de eşantionare". Este vorba de înregistrarea comportamentelor (acțiunilor umane) în dinamismul lor şi extragerea aleatoare a unui fragment de maxim cinci minute, care urmează apoi a fi supus vizionării/audierii de către un alt/alți evaluatori independenți.

Urmând un lanț argumentativ asemănător celui sociobiologic, această nouă linie de cercetare are în vedere faptul că oamenii, ca şi animalele, „pot detecta şi se pot comporta în acord cu variații subtile de comportament şi expectații nedeclarate ale celorlalți față de ei" (N. Ambady *et al.*, 2000, 203). Desmond Morris (1963/1991, 130) vorbea despre un ansamblu de „semnale declanşatoare", în cadrul fiecărei specii, care determină răspunsuri specifice din partea congenerilor. Putem „să ne albim de furie", „să ne înroşim de mânie", „să pălim de teamă". Culoarea albă constituie un semnal declanşator care poate sugera teama sau furia, în funcție de context, iar indivizii s-au adaptat să decodifice aceste reacții subtile pentru a face față unor situații tensionate.

N. Ambady *et al.* (2000, 202) au adus dovezi experimentale în sprijinul noii direcții de cercetare. Indivizii au arătat o acuratețe surprinzătoare în evaluarea altora, bazându-se pe *thin slices*, cu privire la: stări interne ale persoanelor-stimul (spre exemplu anxietatea, depresia), trăsături de personalitate (ca extraversia sau sociabilitatea), mobiluri ale interacțiunii (minciuna, înşelătoria, dorința de a „crea impresie"), relații

Capitolul 4

CELE MAI IMPORTANTE 20 DE SECUNDE: O NOUĂ ABORDARE ÎN ANALIZA COMPORTAMENTULUI NONVERBAL

Cercetările din domeniul psihologiei sociale au analizat modul în care indivizii îşi formează impresii în viața de zi cu zi şi cum sunt atribuite caracteristici persoanelor, când stabilim primele interacțiuni (S.E. Asch, 1946; E.E. Jones şi K.E. Davies, 1965; H.H. Kelly, 1972*)*. Studiul percepției sociale s-a centrat pe problema erorilor de atribuire şi a „scurtăturilor mentale" în formarea primelor impresii şi au evidențiat faptul că, de cele mai multe ori, acestea nu sunt conforme cu realitatea, sunt non-acurate, confirmând ceea ce auzim adesea în jurul nostru: „Niciodată să nu te încrezi în prima impresie!"

Totuşi, unele cercetări au evidențiat valoarea funcțională a primelor impresii: acurate sau nu, ele ghidează comportamente şi prezic reacțiile indivizilor în anumite contexte, deci este important să înțelegem mecanismele prin care se formează. S-a adus astfel în discuție rolul schemelor mentale, al prototipurilor (J.S. Bruner şi R. Tagiuri, 1954; A. Tversky şi D. Kahneman, 1973, 2000; R. Baron şi D. Byrne, 1974, 1997, 2006), în legatură cu modul în care indivizii interpretează informațiile pentru a da sens realității sociale care îi înconjoară. Studiile din domeniul cogniției sociale par să confirme „teorema Thomas": dacă indivizii definesc situațiile ca reale, ele devin reale prin consecințele lor. Aplicată percepției sociale, teorema lui William Isaac Thomas (1863-1947) se traduce astfel: nu este important dacă primele impresii sunt acurate sau nu, adevărate sau false, ci faptul că pot deveni reale prin faptul că indivizii se raportează la ele ca reale. Şi nu de puține ori, ni s-a spus că „prima impresie contează", aşa că am încercat „să facem impresie".

la curs este o condiție obligatorie pentru o notă mare, iar unele cursuri sunt ținute după cărți din anii ‘60 - ‘70, studenților ar trebui să li se ofere posibilitatea de a-şi evalua, la rândul lor, cadrele didactice, la sfârşit de an. „O evaluare simplă, pe bază de grilă, cum se practică în multe universități de prestigiu din Statele Unite şi Europa. Rezultatele evaluării trebuie centralizate şi de ele trebuie ținut seama în momentele în care se analizează dosarul academic al respectivului cadru universitar“[…].

„Evaluarea profesorilor este absolut normală şi, în majoritatea țărilor, are o pondere între 20% şi 30% din evaluarea generală a cadrelor didactice“, spune prof. dr. Adrian Neculau. „La «Cuza» este inclusă în regulament de cinci ani, iar din acest an universitar, intră în vigoare. Fiecare trebuie să obțină jumătate plus unu din punctele alocate acestui capitol, altfel nu are ce să mai caute în Universitate“, spune prof. dr. Dumitru Oprea. (*Ziarul de Iasi*, 6 noiembrie 2003).

Şi totuşi, ce înseamnă o „bună predare“ nu este atât de uşor de stabilit. Nu apreciază cumva studenții mai mult profesorii care le dau note mari (în cazul în care evaluările acestora se realizeză după sesiunea de examene)? Şi chiar evaluările colegilor, nu se încadrează acestea într-un registru firesc de bună colegialitate şi loialitate? Mă alătur punctului de vedere exprimat de Nalini Ambady şi Robert Rosenthal (1993), potrivit căruia astfel de evaluări, care folosesc instrumente standardizate, trebuiesc dublate de o abordare experimentală care să le confirme validitatea şi predictibilitatea.

Rolul elementelor nonverbale în relația profesor-student a fost pus în evidență de Robert Rosenthal odată cu experimentele care au semnalat „efectul Pygmalion“. Primele experimente (R. Rosenthal, 1961), efectuate la Universitatea Harvard, folosind ca subiecți şoareci, au produs rezultate surprinzătoare: când au fost anunțați studenții că urmează să aibă de a face cu şoareci care puteau parcurge în mod inteligent un labirint, şoarecii considerați „inteligenți“ chiar au reuşit să parcurgă mai repede şi mai eficient labirintul, comparativ cu şoarecii despre care studenții ştiau că sunt

sociale (spre exemplu de dominare sau subordonare), sexul sau orientarea sexuală a acestora. De asemenea, *thin slices* au dovedit valoare predictivă şi în relaţie cu performanţele indivizilor evaluaţi – succese asociate muncii (predare, învăţare, vânzarea unor produse), sau cu rezultatele posibile ale unor acţiuni individuale – cel mai des studiate în cazul interviurilor de angajare (E. Babad, F.J. Bernieri şi R. Rosenthal, 1991; N. Ambady *et al.*, 1993).

Aplicaţii ale paradigmei thin slices în evaluarea performanţei profesorilor

Evaluarea eficienţei actului educaţional în toate sistemele de învăţământ este un aspect problematic. Disputele s-au centrat în special în jurul validităţii diferitelor forme de evaluare propuse. Evaluarea profesorilor este adesea compusă din evaluări ale studenţilor, colegilor şi, respectiv, ale şefilor din instituţiile de învăţământ în care aceştia lucrează. Fiecare dintre cele trei paliere de evaluare poate fi marcat de subiectivism, când nu sunt luaţi în considerare indicatori specifici. Desigur, se pune problema ce pondere în evaluarea finală a eficienţei actului de predare al unui profesor îi au evaluările studenţilor, dar şi ale colegilor sau ale celor care deţin funcţii de conducere?

În *Ziarul de Iaşi* (6 noiembrie 2003) apărea un manifest care punea serios sub semnul întrebării eficienţa sistemului academic românesc, sub titlul *În promovarea profesorilor un cuvânt trebuie să aibă şi studenţii*. Citez din acest articol.

> Cinci cercetători români din străinătate au lansat un manifest de reformă a învăţământului superior românesc. Autorii cer revoluţionarea grabnică a sistemului. În prezent, nici o universitate românească nu se află în topul primelor 500 din lume şi al primelor 100 din Europa […]. Manifestul publicat de Forumul Academic Român este susţinut de tot mai mulţi profesori şi cercetători din ţară şi străinătate, conturându-se deja o „mişcare revoluţionară“ […] Atâta timp cât la anumite materii prezenţa

Robert Merton (1948/1968) a formulat conceptul de profeție autorealizatoare (*self-fulfilling prophecy*), ca un proces prin care: (1) ne creăm anumite aşteptări față de persoane sau evenimente, (2) comunicăm prin indicii subtile aşteptările noastre, (3) evenimentele sau persoanele îşi ajustează cursul/comportamentul în aşa fel încât să corespundă indiciilor comunicate şi, ca urmare, expectațiile inițiale se vor transforma în realitate.

Deşi profeția autorealizatoare este adesea citată în literatura sociologică şi psihosociologică, puține studii pun în evidență mecanismul prin care acest fenomen se produce. Cum anume transmit indivizii expectațiile lor? Este vorba de mesaje intenționate sau, dimpotrivă, de elemente care scapă controlului voluntar? Dacă într-adevăr profesorii din clasele unde a apărut „efectul Pygmalion“ au transmis voluntar aşteptările lor elevilor pe care-i coordonau, îi putem acuza de lipsă de profesionalism şi încălcarea politicilor nondiscriminatorii – puternic inoculate într-un mediu cum este cel educațional.

R. Rosenthal (1971, 66) susține însă că indicii privind expectațiile profesorilor față de elevi apar mai ales prin manifestări involuntare şi mai puțin controlate: prin tonul vocii, atingeri, expresii faciale, priviri, posturi, profesorii comunică aşteptările lor față de elevi. Aceste modalități subtile de comportament pot schimba elevilor concepția despre sine, cu impact direct asupra motivației şi stilului de lucru în procesul învățării. Profesorii din „clasele Pygmalion“ s-au simțit mai confortabil în interacțiunile cu cei etichetați ca „inteligenți“, pe care i-au evaluat ca fiind bine „adaptați“, „afectivi“. Aceasta înseamnă că ne simțim mai confortabil şi tindem să placem mai mult pe cei care ne confirmă aşteptările. Rosenthal ajunge la acestă concluzie, cu atât mai mult cu cât elevii care obținuseră performanțe ridicate, dar care nu fuseseră etichetați inițial ca „inteligenți“, nu au fost evaluați ca „afectivi“ sau „bine adaptați“ – comportându-se surprinzător față de aşteptările inițiale, i-au făcut pe dascăli să se simtă mai puțin confortabil. Aşadar, tindem să placem mai mult pe cei care întrunesc aşteptările inițiale, pentru că ne fac să ne simțim încrezători în propriile

lipsiți de inteligență. Cum experimentul derulat era tipic un experiment cu raport fals, şoarecii din ambele grupe experimentale fiind aleşi aleator, cum putem explica rezultatele obținute? Robert Rosenthal a emis ipoteza că studenții au comunicat involuntar aşteptările lor față de animalele participante la experiment: aşteptări ridicate, când ştiau că lucrează cu şoareci inteligenți şi scăzute, când ştiau că lucrează cu şoareci neinteligenți. Fără a lămuri mecanismul prin care sunt comunicate aceste mesaje subtile, R. Rosenthal concluziona că studenții care credeau că lucrează cu animale inteligente le plăceau mai mult şi găseau mai interesante sarcinile pe care trebuiau să le efectueze, comparativ cu studenții care ştiam că lucrează cu animale neinteligente. Ca urmare, studenții din primul grup experimental tratau animalele cu mai multă căldură şi atenție – elemente care au generat performanțe superioare, în parcurgerea labirintului.

Fără îndoială, aceste efecte surprinzătoare meritau să fie testate în cazul interacțiunilor umane. R. Rosenthal şi Leonore Jacobson (*Pygmalion in the classroom: teacher expectation and pupils'intellectual development*, 1968/1992) au obținut rezultate similare la subiecții din clasele primare: aşteptările profesorilor față de elevi corelau cu performanțele şcolare ale acestora: elevii etichetați ca inteligenți au obținut performanțe şcolare superioare celor care nu au primit această etichetă. În cadrul experimentului, R. Rosenthal şi L. Jacobson au folosit un test de inteligență la începutul anului şcolar şi au selectat ulterior aleator (indiferent de performanțele obținute la testul de inteligență) 20% dintre elevi. Aceștia au fost etichetați ca „elevi cu potențial de dezvoltare intelectuală deosebită“, etichetă transmisă profesorilor lor, care se aşteptau ca aceşti 20% să obțină rezultate şcolare remarcabile. La sfârşitul anului şcolar, elevii au fost din nou testați experimental, dovedind influența expectațiilor profesorilor asupra performanțelor lor reale, sau ceea ce s-a numit „efectul Pygmalion“ (după piesa cu acelaşi nume a lui George Bernard Shaw în care un profesor transformă o tânără din clasa de jos într-o persoană educată).

Punerea în evidență a „efectului Pygmalion“ a însemnat testarea profeției autorealizatoare în situația profesor-elev.

Prin evidențierea comportamentului nonverbal în interacțiunile profesor-elev, R. Rosenthal atrage atenția asupra aspectelor „afective" ale predării şi, respectiv, învățării, neglijate în modalitățile clasice de evaluare a eficienței profesorilor.

Într-un studiu mai recent condus de Robert Rosenthal şi Nalini Ambady (1993), s-a pus din nou problema validității diferitelor tipuri de evaluări ale profesorilor, folosindu-se paradigma de tip *thin slices*. Treisprezece profesori au fost filmați în timp ce predau diferite discipline, într-un program de evaluare a calității predării. „Felii subțiri" de câte zece secunde au fost extrase din materialul original (zece secunde din primele zece minute ale cursului, zece secunde la mijlocul orei de curs şi zece secunde din ultimele zece minute). În total, fiecare profesor era înregistrat de-a lungul a trei „felii subțiri" a câte zece secunde fiecare, selecția realizându-se în momentele în care profesorul era filmat singur. Nouă studenți au fost rugați să evalueze comportamentul nonverbal al persoanelor din cele 39 de secvențe filmate, fără sonor, de-a lungul a 15 dimensiuni: tolerant, activ, atent, competent, încrezător, dominant, empatic, entuzist, onest, plăcut, lipsit de anxietate, optimist, profesionist, suportiv, cald. N. Ambady şi R. Rosenthal se referă la acest tip de sarcină ca la o evaluare de ansamblu a elementelor nonverbale – a „comportamentului nonverbal molar" (*molar nonverbal behavior*). O astfel de apreciere globală, *molară* este specifică formării primelor impresii şi practicată în mod natural în interacțiunile cotidiene. Evaluările molare au fost comparate cu aprecierile propriilor studenți, primite la sfârşitul semestrului de către cei 13 profesori. Rezultatele au arătat o consistență între evaluările bazate pe *thin slices* şi cele efectuate de studenți la finalul semestrului. Poate mai important este faptul că evaluările bazate pe *thin slices* au corelat pozitiv cu cele ale colegilor şi respectiv ale persoanelor din conducere, pentru aceiaşi 13 profesori, şi cu ceea ce studenții au învățat în cadrul cursului. Rezultatele sunt surprinzătoare, semnalând acuratețea unor astfel de predicții bazate pe *thin slices*, în procesul de evaluare al profesorilor. Mai mult, cei nouă evaluatori au fost destul de consistenți în

păreri, în propriile intuiții, pentru că ne dau senzația că putem controla lucrurile care se întâmplă în jurul nostru.

Dacă este natural să ne formăm aşteptări față de persoane sau evenimente, este de-a dreptul surprinzător că aceste aşteptări pot modifica cursul realității, fiind comunicate prin mijloace nonverbale, neintenționate.

Tabelul 4.1. Moduri în care profesorii îşi pot comunica aşteptările față de elevi

Mărirea distanței sociale față de elevii cu expectanțe scăzute sau gruparea acestora.
Scăderea atenției acordate elevilor cu expectanțe scăzute: mai puțin contact la nivelul ochilor, mai puține zâmbete de încurajare.
Solicitatea mai rară a celor cu expectanțe scăzute în a răspunde întrebărilor sau a participa la exercițiile din clasă.
Aşteptarea unui timp mai scurt pentru formularea răspunsurilor, în cazul elevilor cu expectanțe scăzute.
Mai dese critici adresate celor cu expectanțe scăzute, în cazul unor răspunsuri incorecte.
Mai puține laude adresate celor cu expectanțe scăzute, în cazul unor răspunsuri foarte bune.
Întreruperi mai dese ale celor cu expectații scăzute, comparativ cu cei cu expectații ridicate.
Feedback-uri mai rare şi mai puțin detaliate pentru cei cu expectanțe scăzute.
Creşterea efortului şi sarcinilor solicitate celor cu expectanțe ridicate, comparativ cu cei cu expectanțe scăzute.

(Sursa: www.accel-team.com/pygmalion/prophecy)

rile studenților nu au corelat cu prezența acestor comportamente nonverbale „moleculare". Aceasta arată că nu elemente nonverbale separate transmit indicii subiecților despre calitățile persoanei-stimul, ci combinația „molară" a acestora. Contextul este cel care dă semnificație fiecăruia dintre elementele nonverbale tratate separat: o persoană poate zâmbi mai des decât alta, dar zâmbetul său poate fi interpretat drept „cald" sau „ironic" în funcție de ansamblu (*gestalt*). Dacă un profesor zâmbeşte unui student orientând privirea şi postura către acesta, cu pupilele dilatate, probabil că va fi interpretat ca un zâmbet apreciativ, dar dacă zâmbeşte asimetric („în colțul gurii"), orientându-şi corpul şi direcția privirii lateral, pentru a deschide spațiul unui alt interlocutor, cu pupilele micşorate, probabil va fi interpretat ca ironic sau lipsit de căldură.

Perspectiva ecologică în explicarea formării primelor impresii (R.M. Baron şi L.A. Boudreau, 1987) susține că indivizii s-au adaptat pentru a comunica informații subtile, necesare receptorilor pentru a face față unor situații specifice. Aceasta înseamnă că, date fiind caracteristicile situației, codificatorul transmite elemente care sunt esențiale, de a căror receptare depinde adaptarea receptorului la actul comunicațional. În situația de față, profesorii transmit, în cele 30 de secunde, elemente nonverbale care atestă competența lor şi este adaptativ pentru studenți să le decodifice corect pentru a face față procesului educațional. Din perspectivă ecologică, acuratețea ridicată a celor nouă studenți evaluatori cu privire la performanța profesorilor din materialele filmate (de scurtă durată) se datorează în primul rând situației lor de studenți, care le-a dezvoltat capacitatea de a identifica un „profesor bun", ca o modalitate de adaptare la procesul educațional universitar. Perspectiva ecologică ridică serioase întrebări asupra eficienței paradigmei *thin slices* în evaluarea performanței profesorilor, când subiecții evaluatori nu sunt studenți, ci persoane aparținând unor domenii de activitate fără legătură cu mediul academic.

Rezultatele studiului detaliat mai sus sunt importante pentru procesul evaluării învățământului, la nivel academic

aprecierile lor, iar acuratețea predicțiilor nu s-a modificat când secvențele filmate s-au redus la şase secunde pentru fiecare profesor (două secunde pentru fiecare dintre cele trei momente ale cursului).

Analizând atractivitatea fizică a profesorilor, ca posibilă variabilă care moderează efectul elementelor nonverbale asupra performanței atribuite profesorilor, R. Rosenthal şi N. Ambady (1993) au evidențiat că evaluatorii nu au fost influențați de gradul de atractivitate al profesorului. Aceasta contravine cercetărilor anterioare care arătau că atractivitatea fizică este asociată adesea competenței, inteligenței (R.M. Kaplan, 1978; J.L. Ramsey şi J.H. Langlois, 2002). Efectul de *halo* al frumuseții: „what is beautiful is good“ nu a apărut în studiul condus de R. Rosenthal şi N. Ambady. Acest lucru arată că evaluările studenților incluşi în experiment au fost mature, dar pune mai ales în evidență paradigma *thin slices* ca opțiune validă de evaluare a procesului educational. Cele mai multe studii privind efectul de *halo* al frumuseții (L. Albright *et al.*, 1988; J.L. Ramsey şi J.H. Langlois, 2002) nu au folosit extracte dinamice de comportament al persoanelor-stimul (*thin slices*), ci fotografii, imagini statice cu acestea. Unul dintre motivele pentru care studiul condus de R. Rosenthal şi N. Ambady nu a pus în evidență efectul de *halo* al frumuseții – profesorii atractivi fizic să fie văzuți şi competenți – este, în opinia celor doi, faptul că studenții au luat în considerare şi alte dimensiuni în evaluarea profesorului ideal decât aceea a competenței: preocuparea pentru ceilalți, competențe sociale şi afective, trăsături care nu corelează, în general, cu atractivitatea percepută a persoanei-stimul.

În cadrul aceluiaşi studiu, cei doi cercetători de la Universitatea Harvard au analizat şi impactul a ceea ce au numit „comportament nonverbal molecular“ (*molecular nonverbal behavior*) asupra evaluărilor realizate de studenți. Concret, în cele 39 de secvențe filmate au fost codificate: numărul de mişcări ale capului, zâmbete, mişcări ale sprâncenelor, direcția privirii, mişcări ale buzelor, autoatingerile şi gesturile la nivelul mâinilor, mişcări ale picioarelor, tipuri de posturi. Evaluă-

celor 28 de profesori, urmând paradigma *thin slices*. Profesorii au fost filmați în timpul unor prelegeri publice, iar materialele selectate arătau profesorul singur, fără a fi prezentat în interacțiune cu elevii. Cele două gupuri aveau sarcina de a evalua, pe o scală de tip Likert, profesorii din materialele filmate pe două dimensiuni: nivelul estimat de control al clasei şi gradul în care persoana-stimul aplică tratamente nediferențiate elevilor cu note mari, respectiv celor cu note mici, în procesul educațional. Aceste date au fost comparate cu cele obținute din chestionarele de evaluare a celor 28 de profesori, la sfârşitul semestrului (completate de proprii elevi). Rezultatele au arătat că într-adevăr elevii au fost capabili să prezică dacă profesorii aplicau un tratament diferențiat/nediferențiat în clasă, bazându-se pe materialele filmate de scurtă durată (evaluările fiind consonante cu cele primite de profesori, din partea elevilor, la sfârşitul semestrului), însă grupul de evaluatori adulți nu a înregistrat performanțe semnificative. Se susține astfel perspectiva ecologică conform căreia grupurile pentru care este adaptativ să decodifice anumite mesaje subtile de comportament s-au adaptat să realizeze acest lucru: este esențial pentru elevi să identifice rapid profesorii cu cea mai mare probabilitate de a se comporta diferențial în clasă. În plus, în ce priveşte controlul asupra clasei, cele două grupuri de evaluatori (adulții şi elevii) au obținut performanțe comparabile în evaluarea profesorilor din materialele filmate. Totuşi, pe această dimensiune, evaluările ambelor grupuri nu au fost consistente cu cele primite de profesori la sfârşitul semestrului: profesorii care au fost văzuți de evaluatori (atât de liceeni cât şi de adulți) ca demonstrând un nivel de control ridicat asupra clasei au fost evaluați negativ, pe aceeaşi dimensiune, de proprii elevi. Elisha Babad (2005, 133) concluzionează: „în cazul elevilor, cunoştințele sunt produsul acumulării de experiențe în interacțiunile profesor-elev, iar decodificarea celor mai subtile nuanțe ale comportamentului profesorului este probabil foarte adaptativă“. Acest lucru face din elevi „experți“ în procesarea informațiilor despre caracterul şi potențialul comportament al profesorilor, în timp ce adulții rămân „novici“.

şi nu numai. Profesorii cei mai apreciaţi au fost cei care au fost evaluaţi pozitiv pe dimensiunea afectivă a personalităţii, fiind cei care au reuşit să comunice în mod spontan elemente nonverbale (N. Ambady şi R. Rosenthal, 1993, 440). Consistenţele dintre evaluările studenţilor, ale colegilor şi, respectiv, ale persoanelor din conducere dovedesc că elementele nonverbale transmise în cadrul „feliilor subţiri“ nu arată doar stări dispoziţionale ale profesorilor, ci trăsături stabile de personalitate.

O completare binevenită la întrebările pe care le ridică studiul anterior o aduce Elisha Babad (2005), într-o cercetare privind utilizarea paradigmei *thin slices* în evaluarea tratamentului diferenţiat al profesorilor (aplicat elevilor care obţin note mari şi, respectiv, celor care obţin note mici). De data aceasta, evaluatorii au fost adulţi şi elevi de liceu, iar cei evaluaţi, 28 de profesori de liceu necunoscuţi evaluatorilor (într-un material filmat cuprinzând extracte a câte zece secunde pentru fiecare profesor, fără sonor). Din nou, evaluatorii trebuiau să aprecieze comportamentul diferenţiat/nediferenţiat al persoanelor-stimul, folosind doar elementele nonverbale din extractele filmate de scurtă durată. Elisha Babad (2005, 126) susţine că, în evaluarea profesorilor, elevii iau în considerare adesea comportamentul nediferenţiat al acestora. Cercetătoarea israeliană argumentează că studiile realizate în cadrul facultăţilor arătau corelaţii pozitive între comportamentul nonverbal al profesorilor, în timpul unor prelegeri publice, şi evaluările acestora de către studenţi, în timp ce, în cercetările desfăşurate în licee corelaţiile au fost mai degrabă negative: profesorii care au avut prelegeri excelente (după evaluarea comportamentului nonverbal) au fost percepuţi de elevii de liceu ca mai puţin oneşti şi ca practicând un comportament diferenţiat în clasă şi au primit, prin urmare, evaluări negative. În aceste condiţii, se ridică întrebarea dacă elevii de liceu sunt acuraţi în decodificarea profesorilor care practică un comportament diferenţiat în clasă şi în ce măsură această competenţă poate fi generalizată şi la alte categorii de populaţie.

Elisha Babad (2005) a recrutat un grup de liceeni (clasa a X-a) şi un grup de adulţi pentru evaluarea comportamentului

intervievatorii au raportat că s-au simțit asemănători cu intervievatul, că au apreciat interacțiunea cu acesta şi că l-ar recomanda să fie angajat. Prin urmare, există mişcări subtile de comportament care generează interpretări similare şi prezic rezultatele unor interacțiuni.

Aplicații ale paradigmei thin slices în evidențierea prejudecăților.

Prejudecățile sunt evaluări pe care indivizii şi le formează *a priori* despre un grup social, fără o examinare atentă a acestuia, „expresii ale unei atitudini sociale sau ale unor credințe defavorizante, ale unor afecte negative sau ale manifestării unui comportament ostil şi discriminatoriu față de membrii unui grup, ca urmare a faptului că aceştia fac parte din grupul respectiv“ (R.J. Brown, 1995, 8). Prejudecățile – în forma sexismului, rasismului sau xenofobiei – sunt puternic sancționate social, îmbrăcând astfel forme şi manifestări subtile. Susan T. Fiske (2002) susține că zece la sută dintre persoanele mature din societățile vestice manifestă evidente prejudecăți rasiale, în timp ce la 80 la sută dintre adulți se pot întâlni manifestări subtile: stânjeneală în relațiile interpersonale, neglijarea celuilalt, afirmații nejustificate sau insuficient verificate. Conceptul de „rasism simbolic“, lansat de Michael Wieviorka (1991/1994), se referă chiar la aceste manifestări subtile ale prejudecăților rasiale, însoțite de respingerea discriminării directe sau a unor manifestări stereotipe vizibile. În aceste condiții, punerea în evidență şi măsurarea stereotipurilor şi a prejudecăților este dificil de realizat după metodele clasice (metoda listei de atribute, metoda Brigham, metoda raportului diagnostic), paradigma *thin slices* fiind o alternativă capabilă să surprindă reacțiile emoțional-subtile ale subiecților față de grupul supus prejudecății.

Testele de asocieri implicite (W.A. Cunningham *et al.,* 2001) reprezintă o modalitate cunoscută de măsurare a prejudecăților, mai precis a reacțiilor afective negative față de

Thin slices şi evaluarea performanţelor în situaţii diferite

Paradigma *thin slices* s-a dovedit utilă în cercetările experimentale care urmăresc prezicerea performanţelor indivizilor pentru sarcini care presupun interacţiuni cu semenii lor: prezicerea performanţelor obţinute în actul de predare-învăţare, nivelului vânzărilor unor produse sau servicii, rezultatelor indivizilor în situaţii de persuasiune (ex. interviuri de angajare). Preluăm ca exemplu un studiu realizat de T. Prickett, N. Gada-Jain şi F.J. Bernieri (1999). *First Impression Formation in a Job Interview. The First 20 Seconds.*

> Cincizeci şi nouă de studenţi au fost anunţaţi că vor participa la interviuri care vizau selectarea lor, încă din facultate, pentru a lucra in companii de succes. Interviurile au fost conduse de intervievatori care au primit instrucţiuni precise de la experimentatori, în aşa fel încât să corespundă cu situaţia anunţată. Ulterior, au fost extrase primele douăzeci de secunde din fiecare interviu filmat, *thin slices* care corespundeau momentelor când subiectul intra pe uşă şi se aşeza pe scaun pentru a fi intervievat. Aceste fragmente au fost prezentate unui grup de observatori („naivi") care trebuiau să evalueze persoanele-stimul conform unor caracteristici pe care intervievatorii înşişi le aveau în grila de evaluare: capacitatea de muncă, inteligenţa, competenţa, ambiţia, încrederea în sine şi dacă se poate avea încredere în persoana-stimul, nervozitatea, căldura, politeţea, expresivitatea şi în ce măsură persoanele-stimul au fost plăcute de intervievatori.

Rezultatele au arătat că evaluările observatorilor „naivi", bazate pe *thin slices*, au corelat semnificativ cu aprecierile intervievatorilor pe două dintre cele 11 caracteristici luate în considerare (ambiţia şi dacă persoana poate fi considerată „de încredere" au fost evaluate acurat). Mai mult, autorii au analizat nivelul „sincroniei interacţionale" (similaritatea şi coordonarea mişcărilor corporale) între intervievator şi intervievat, folosind *thin slices* de câte treizeci de secunde, şi au observat că aceasta corelează semnificativ cu gradul în care

dacă aceştia par cruzi, plăcuţi, calzi, prietenoşi, rigizi, speriaţi şi, de asemenea, dacă par a fi persoane care au prejudecăţi. Studiile anterioare (S.A. Rollman, 1978) arătau că persoanele de culoare au fost mai acurate în identificarea prejudecăţilor, când au fost rugate să evalueze comportamentul unor persoane-stimul de rasă albă aflate în interacţiuni filmate de scurtă durată (trei minute) cu parteneri de discuţie negri. Performanţele au fost mult inferioare când evaluatorii erau albi, avansându-se explicaţii ecologice, potrivit cărora „pentru membrii minorităţilor rasiale sau ai altor grupuri stigmatizate este adaptativ să perceapă existenţa prejudecăţilor indivizilor din grupul majoritar“ (J.A. Richeson şi J.N. Shelton, 2005, 76).

Valoarea studiului condus de de Jennifer A. Richeson şi J. Nicole Shelton (2005) constă în reducerea expunerii evaluatorilor la persoanele-stimul (de la trei minute la 20 secunde) şi în faptul că, deşi persoana din materialul filmat (de rasă albă) interacţiona de fiecare dată cu un egal, de aceeaşi rasă sau de rasă neagră, evaluatorii nu putea vedea aceasta – persoana-stimul era filmată în aşa fel încât apărea în cadru singură, fără partenerul de discuţie. Rezultatele au susţinut ipoteza conform căreia evaluatorii de culoare au o acurateţe superioară celor albi în evaluarea prejudecăţilor rasiale, în ce priveşte decodificarea elementelor nonverbale. Explicaţiile pot fi nu numai de natură ecologică, dar şi de tip socializare: experienţa în confruntarea cu prejudecăţile face din indivizii grupului minoritar sau stigmatizat adevăraţi „experţi“ în evaluarea nivelului prejudecăţii unui posibil interlocutor alb. Grupul de evaluatori de culoare a oferit evaluări consistente cu rezultatele obţinute de persoanele-stimul la testele de asocieri implicite.

Rolul thin slices în explicarea caracteristicilor individuale

Paradigma *thin slices* poate fi utilă în punerea în evidenţă a caracteristicilor care constituie elemente esenţiale ale identităţii personale, dar care sunt circumscrise sintagmei *don’t ask,*

grupuri etnice, rasiale, de sex etc. Se măsoară viteza de reacție a subiecților când sunt confruntați cu anumiți stimuli (lexicali sau imagistici), aflați în legătură cu grupurile despre care se presupune că dezvoltă prejudecăți sociale. Metoda asocierilor implicite se bazează pe existența la nivelul subiecților a unor scheme mentale (exemplu „alb/bun“, „negru/rău“) care se activează automat şi involuntar şi care întârzie reacțiile indivizilor dacă cheia de răspuns la o sarcină dată este modificată, în aşa fel încât să nu mai corespundă schemei respective (L. Ivan, 2006, 195).

Cele mai multe cercetări folosind această metodă au pus în evidență stereotipurile rasiale, metoda fiind insuficient utilizată pentru studierea prejudecăților față de alte grupuri. Este mai puțin probabil ca o activare automată a unei scheme să se realizeze în cazul stereotipurilor profesionale, de sex, de vârstă, pentru că schemele acestor grupuri conțin caracteristici identitare diverse.

Consider paradigma *thin slices* o modalitate eficientă de măsurare a prejudecăților, chiar şi atunci când este vorba de grupuri sociale a căror schemă mentală cuprinde elemente mai complexe. Susțin punctul de vedere exprimat de Michael W. Eysenk (2004, 777): stereotipul scapă uneori controlului voluntar şi poate fi relevat de atitudini implicite, mai degrabă decât de cele explicit formulate. În acest sens, cercetările experimentale folosind paradigma *thin slices* pot sublinia acele scăpări nonverbale (*nonverbal leakage*) care semnalează atitudinile implicite ale indivizilor şi stările afective ale acestora, în prezența grupului supus stereotipului. Adepții paradigmei *thin slices* susțin că receptarea acestor informații subtile se realizează la un nivel afectiv-intuitiv şi nu rațional, aşa cum şi transmiterea lor este involuntară, implicită.

Într-un studiu condus de Jennifer A. Richeson şi J. Nicole Shelton (2005) a fost analizat modul în care indivizii fac evaluări asupra prejudecăților rasiale folosind „felii subțiri“ de comportament: 30 de studenți americani de culoare şi 30 albi au evaluat persoanele-stimul dintr-un extract filmat fără sonor (20 secunde pentru fiecare persoană- stimul), specificând

interlocutorul percepe stigmatul sau amenințarea stereotipului (*stereotype threat*)[1].

Orientarea sexuală a indivizilor este un aspect al identității personale adesea ascuns în interacțiunile cotidiene. Într-o societate marcată de prejudecăți sau în contexte care pot afecta prestigiul indivizilor, aceştia aleg să-şi ascundă orientarea sexuală şi, nu de puține ori, reuşesc foarte bine. În lumea cinematografiei sau a muzicii, fanii au fost adesea luați prin surprindere de dezvăluirile surprinzătoare ale identității sexuale a unor actori sau interpreți deveniți sex-simbol pentru generația lor. Când s-a aflat brusc că celebrul actor Rock Hudson – simbol al masculinității şi virilității din anii '50 - '60, mai ales după apariția sa într-o ecranizare a romanului *Gigantul*, alături de Elisabeth Taylor şi James Dean – era homosexual, reputația sa a avut puternic de suferit. Telespectatoarele care urmăriseră cu sufletul la gură decernarea premiului pentru cel mai bun actor în 1954, care a revenit lui Hudson, au fost dezamăgite. Nu numai că Rock Hudson a reuşit să-şi ascundă foarte bine orientarea sexuală, dar nici nu a avut de ales atâta timp cât succesul filmelor sale depindea de asta. Incapacitatea miilor de fani de a-i intui adevărata orientare sexuală s-a transformat în respingere, mai ales în 1984 când Hudson a recunoscut oficial că suferă de HIV (*gay cancer* – cum a fost numit în presa americană a vremurilor).

Nalini Ambady, Mark Hallahan şi Brett Conner (1999) au analizat acuratețea subiecților în evaluarea orientării sexuale a unor persoane-stimul, folosind paradigma experimentală *thin slices*. N. Ambady şi colaboratorii au pornit de la studii anterioare (J.E. Cutting, 1978) care arătau că proiectarea pe un ecran a unei imagini de tip „punct mişcător“ de numai 200 milisecunde a oferit suficiente informații evaluatorilor pentru a decodifica tipul acțiunii efectuate de persoana-stimul şi sexul său. Rezultate similare s-au obținut şi când evaluatorii au trebuit să aprecieze gradul de masculinitate/feminitate al persoanelor care apăreau în punctele luminoase (compa-

1 Vezi L. Ivan (2006, 190) unde am prezentat pe larg efectul amenințării stereotipului.

don't tell sau, cum ar spune o reclamă foarte populară pe posturile de televiziune româneşti, care speculează tocmai aceste înţelegeri restrictive la cadrele[1] de interacţiune cotidiană: *Nu se întreabă...nu se spune... Nu se întreabă...nu se spune...*

Dacă urmărim paradigma explicativă etologică, în relaţiile interumane ar putea fi adaptativ pentru indivizi să identifice, pe baza unor expuneri limitate, anumite caracteristici ale celuilalt, caracteristici despre care există interdicţii de a adresa întrebări directe. Din această categorie fac parte: orientarea sexuală a persoanei, venitul, nivelul de şcolarizare, vârsta (cunoscut fiind că poate fi interpretată ca impoliteţe adresarea unei întrebări directe despre vârstă, unei doamne respectabile)[2] şi chiar etnia sau naţionalitatea, în anumite contexte. Îmi amintesc astfel că lucrând ca operator de teren în timpul studenţiei nu odată s-a întâmplat să intervievez o persoană care a specificat „apăsat" la categoria „apartenenţă etnică" că este român şi a ţinut ulterior să verifice dacă am completat chestionarul întocmai sau am modificat scriind „rrom". Fireşte, deşi intuiţia îmi spunea că persoana în cauză ar putea fi rrom, am respectat rolul de operator de teren care cere înregistrarea fidelă a răspunsurilor subiecţilor, fără a fi alterate de propriile interpretări, dar m-am întrebat de ce, în acest caz, declararea publică a etniei este o chestiune sensibilă şi pe ce elemente se baza intuiţia mea. Răspunsul la prima întrebare este strict legat de stigmatul social perceput, dar în ceea ce priveşte elementele subtile de comportament care alimentau propria-mi intuiţie, acestea au legătură cu schema mentală asociată acestui grup etnic, cu „apăsarea" unui tip de răspuns sau evitarea lui, adică elemente nonverbale subtile lingvistice şi paralingvistice care transpar tocmai pentru că

---

1 Am folosit termenul „cadru" cu înţeles similar celui dat de E. Goffman (1959/2003), care se referă la semnificaţii atribuite şi mutual împărtăşite de membrii unui grup social cu privire la derularea interacţiunilor cotidiene într-un anumit context.

2 Despre stereotipurile legate de vârstă, în E. Stănculescu (2003).

cerință funcțională pentru persoanele care aparțin unei minorități (estimată între 1% şi 10% din totalul populației), aflate în căutarea unui partener romantic. Această acuratețe nu are aceeaşi valoare funcțională pentru persoanele heterosexuale care au oportunități de interacțiune numeroase cu cei care împărtăşesc aceeaşi orientare sexuală. Identificarea rapidă a orientării sexuale a celuilalt poate constitui o necesitate adaptativă în cazul minorităților sexuale pentru a minimaliza riscul respingerii şi pentru a evita stigmatizarea socială, mai ales într-un mediu social ostil. Homosexualii şi lesbienele au caracteristicile oricărui grup minoritar, „sensibil“ la semnalele subtile din mediul înconjurător, care au valoare suplimentară pentru conservarea grupului şi, posibil, o competență în comunicare nonverbală superioară pe anumite dimensiuni (N. Ambady, M. Hallahan şi B. Conner, 1999).

Cercetarea inițiată de Naliny Ambady, Mark Hallahan şi Brett Conner a urmărit identificarea orientării sexuale a unor persoane-stimul (homosexuali, lesbiene şi heterosexuali), după expunerea la „felii subțiri“ de zece secunde şi respectiv o secundă, comparativ cu utilizarea unor fotografii cu persoanele-stimul. Participanții la experiment, 96 studenți, de ambele sexe (48 cu orientare heterosexuală şi 48 cu orientare homosexuală) trebuiau să evalueze orientarea sexuală a persoanelor-stimul din materialul filmat de scurtă durată, în care acestea erau filmate vorbind despre sine, stând pe un scaun în spatele unui ecran alb. Rezultatele au arătat că subiecții nu au fost capabili să identifice orientarea sexuală a persoanelor-stimul când s-au folosit fotografii, dar au înregistrat competențe superioare când au fost expuşi extractelor dinamice de comportament de zece secunde, sau o secundă.

Aşadar, comportamentul dinamic transmite informații subtile despre orientarea sexuală a unei persoane, în timp ce aspectele statice (trăsăturile feței, îmbrăcămintea, bijuteriile etc.) trimit la scheme mentale şi stereotipii care au un impact negativ asupra acurateții evaluărilor. În plus, evaluatorii cu orientare homosexuală au dovedit o acuratețe sporită în decodificarea persoanelor-stimul, comparativ cu evaluatorii



Fig. 4.1. Actorul american Rock Hudson (1925-1985)

rativ cu autoevaluările persoanelor-stimul pe dimensiunile masculinității şi feminității). N. Ambady, B. Conner şi M. Hall au fost intrigați de rezulatele contradictorii ale cercetărilor experimentale privind capacitatea indivizilor de a evalua corect orientarea sexuală a celorlalți (N.J.C. Travis, 1981; S.E. Linville, 1998), care arătau o acuratețe ridicată a evaluatorilor în cazul elementelor auditive (casete audio conținând monologuri ale persoanei-stimul) şi slabă acuratețe sau performanțe „sub şansă" pentru situația în care erau luate în considerare atât elemente vizuale cât şi auditive.

Autorii menționați au testat şi ipoteza conform căreia homosexualii şi lesbienele înregistrează performanțe superioare în evaluarea orientării sexuale a unei persoane-stimul, în urma unei expuneri limitate la aceasta. Aproximativ 70% dintre homosexuali au susținut că au capacitate superioară celorlalți în a recunoaşte dacă un partener de interacțiune este homosexual (*idem*, 539) şi numai 34% au considerat că orientarea lor sexuală poate fi uşor recunoscută de ceilalți. Lesbienele, de asemenea, credeau că pot evalua corect orientarea sexuală a unui posibil partener de discuție, în mai mare măsură decât o persoană heterosexuală. Dincolo de a fi doar aprecieri la nivelul simțului comun, ecologic vorbind, abilitatea de a decodifica orientarea sexuală a celuilalt poate fi o

de minute pentru a codifica un anumit element nonverbal (ex. direcția privirii). Dacă adăugăm faptul că, de obicei, se folosesc doi-trei evaluatori independenți şi se analizează gradul de reliabilitate al elementelor codificate de aceştia, timpul se dublează sau se triplează. Şi, de asemenea, pentru a verifica ipotezele unei cercetări care are ca variabilă explicativă comportamentul nonverbal, nu luăm în considerare un singur element nonverbal, ci mai multe (gesturi, posturi, zâmbete) şi un eşantion de 50-100 de subiecți. Nora A. Murphy (2005) arată că atunci când a realizat un studiu în care a codificat 32 de elemente nonverbale, pe un eşantion de 156 de subiecți, în extrase filmate de un minut fiecare, au fost necesare aproximativ 83 de ore pentru codificare (fără a include aici şi timpul alocat instruirii codificatorilor şi asigurării reliabilității estimărilor realizate de aceştia). În aceste condiții, paradigma *thin slices* este o alternativă viabilă în cercetările care presupun măsurarea comportamentului nonverbal.

Validitatea paradigmei thin slices

Pentru a verifica validitatea judecăților bazate pe *thin slices,* obținute pe diferite canale de comunicare şi, respectiv, tipuri de variabile, Nalini Ambady şi colaboratorii (2000) au realizat o metaanaliză cuprinzând 26 de studii care au adoptat această paradigmă experimentală. Au fost identificate cinci aspecte care concură la acuratețea judecăților bazate pe *thin slices*: (1) accesibilitatea trăsăturii care se cere evaluată, (2) observabilitatea, (3) dezirabilitatea socială a respectivei caracteristici, (4) familiaritatea evaluatorului cu persoana-stimul şi (5) diferențele individuale în evaluarea persoanei-stimul (acordul între subiecții evaluatori este mai mare pentru unele caracteristici şi mai mic pentru altele).

Observabilitatea caracteristicii care se cere evaluată şi nivelul afectiv asociat acesteia (datorită dezirabilității sociale, valorizării pozitive sau, dimpotrivă, indezirabilității sale) par a fi cele mai importante aspecte care generează acuratețe din partea evaluatorilor. Observabilitatea caracteristicii joacă

heterosexuali, susținându-se astfel perspectiva ecologică. Per ansamblu, subiecții şi-au supraevaluat competențele în decodificarea orientării sexuale a celorlalți, relativ la rezultatele obținute (niciunul dintre evaluatori nu a înregistrat o acuratețe de 100 % şi niciuna dintre persoanele-stimul nu a fost evaluată corect de toți participanții la experiment). Aceasta arată că, deşi subiecții (şi mai ales cei cu orientare homosexuală) au mare încredere în abillitățile proprii de a evalua „dintr-o privire“ orientarea sexuală a celor pe care-i întâlnesc, în realitate performanțele lor, deşi peste şansă, sunt modeste. În general, orientarea sexuală a femeilor a fost evaluată mai acurat, comparativ cu orientarea sexuală a bărbaților-stimul, aceasta mai ales când s-au utilizat fotografii. Dar când au fost prezentate doar gesturile persoanelor-stimul şi s-au îndepărtat din materialul de tip *thin slice* trăsăturile feței şi artefactele, orientarea sexuală a bărbaților a fost decodificată mai acurat. Aceasta înseamnă că elementele statice (trăsăturile faciale, îmbrăcămintea, machiajul, coafura) sunt mai informative pentru evaluarea orientării sexuale a femeilor, iar gestica – mai importantă în evaluarea orientării sexuale a bărbaților.

Utilitatea paradigmei thin slices în analiza comportamentelor nonverbale

Cercetările care presupun măsurarea comportamentelor nonverbale sunt, de obicei, costisitoare ca timp şi efort investit. Spre exemplu, dacă dorim să analizăm relația dintre direcția privirii (orientată în sus, în jos, înainte, lateral) şi nivelul de încredere în sine atribuit de evaluatori persoanei-stimul, va trebui să înregistrăm persoana-stimul (spre exemplu, ținând un discurs) şi apoi să cuantificăm numărul de schimbări ale direcției privirii (orientată în sus, în jos, înainte, lateral). Nora A. Murphy (2005, 236) apreciază că „este necesar un timp egal cu de două ori durata unui material filmat pentru a codifica comportamentul nonverbal care ne interesează“ – în cazul nostru direcția privirii. Dacă spre exemplu un individ este filmat timp de zece minute, cercetătorului îi vor trebui circa 20

indivizii manifestă o consecvență comportamentală scăzută de la o situație la alta şi, ca urmare, „agregarea evaluărilor" poate prezice doar anumite predispoziții comportamentale ale persoanei-stimul în general, şi prea puțin ce va face aceasta într-o situație anume. Totuşi, cogniția socială oferă exemple care susțin existența nevoii de consecvență trans-situațională a indivizilor („teoria echilibrului" – F. Heider, 1946; „teoria congruenței", dezvoltată de Ch.E. Osgood şi P.H. Tannenbaum, 1955; „teoria disonanței cognitive" – L. Festinger, 1957).

Una dintre cele mai importante critici privind validitatea cercetărilor bazate pe *thin slices* se referă la capacitatea acestora de a prezice interacțiuni de durată. Ne punem firesc întrebarea dacă rezultatele obținute în cercetările de tipul celor menționate în acest capitol nu reflectă aspecte dispoziționale, spontane, valabile *hic et nunc* şi dacă acestea au valoare predictivă pentru interacțiunile de durată. Nora Murphy (2005) susține că validitatea predicțiilor realizate pe baza unor „felii subțiri" de câteva minute sau câteva secunde poate fi demonstrată numai prin compararea rezultatelor cu situația în care se codifică întregul material filmat.

Poate un extras dinamic de comportament să înlocuiască din punctul de vedere al informației transmise, un material filmat de 15-20 de minute sau mai mult? Într-un studiu publicat recent în *Journal of Nonverbal Behaviour*, Nora Murphy (2005) compară rezultatele obținute prin analiza unei „felii subțiri" de un minut cu cele obținute prin codificarea întregului material filmat. Extracte de tip *thin slices* de un minut au fost selectate aleator dintr-un material filmat în care subiecții (studenți din aceeaşi universitate, dar care nu se cunoşteau anterior) au fost grupați în diade şi rugați să lucreze împreună la un proiect, timp de 15 minute. Trei astfel de „felii subțiri" au fost extrase, în care cuplurile de studenți interacționau aşezați la o masă, având hârtie, creioane şi materiale de prezentare necesare elaborării proiectului. Comportamentul nonverbal al subiecților a fost codificat atât de-a lungul celor trei segmente, de câte un minut fiecare, cât şi pe parcursul întregului material filmat de 15 minute, analizându-se: numărul de

un rol cheie în această ecuație: variabilele definite ca „înalt observabile“, dar „non-afective“ au înregistrat cel mai mare grad de reliabilitate al judecăților evaluatorilor.

Validitatea judecăților bazate pe *thin slices* este legată de tipul canalului de comunicare prin care se transmite informația. Aici rezultatele sunt oarecum intuitive: subiecții sunt mai acurați când au de-a face cu materiale filmate decât atunci când este vorba de înregistrări audio (N. Ambady *et al.*, 2000, 224). Totuşi, variabila analizată – respectiv observabilitatea sau afectivitatea acesteia – este legată de canalul de comunicare utilizat: unele caracteristici (spre exemplu, anxietatea) s-au dovedit a fi mai bine decodificate pe baza unor materiale audio (obținute prin contrafiltrare pentru a fi eliberate de conținut), decât pe baza extraselor de materiale filmate. În plus, un context adecvat este foarte important pentru validitatea evaluărilor bazate pe *thin slices.* Evaluarea şi prezicerea performanțelor şcolare ale unui elev, când sunt prezentate materialele filmate tip *thin slices*, pot fi sortite eşecului dacă fragmentul îl prezintă pe acesta plimbându-se în parc şi pot fi acurate, când fragmentul extras îl prezintă în timpul orelor de curs. Comportamentul trebuie extras şi judecat în contexte relevante.

Dată fiind importanța contextului în evaluările bazate pe *thin slices*, una dintre dificultățile pentru adepții acestei paradigme este aceea a generalizării rezultatelor în diferite contexte. Şi nu este singura critică adusă acestei noi abordări în studiul competenței nonverbale. Ziva Kunda, cunoscută autoare a unor lucrări în domeniul cogniției sociale, ridică o observație de natură metodologică, susținând că acuratețea predicțiilor bazate pe *thin slices* se datorează agregării datelor. Astfel, spune Ziva Kunda (1999/2000, 424), „acuratețea la nivelul fiecărui subiect evaluator este inferioară acurateței medii a grupului de evaluatori şi astfel valoarea predictivă este, per ansamblu, mai ridicată“. Cu alte cuvinte, în timp ce individul singular nu are nici cea mai vagă idee ce va face persoana-stimul în viitor într-o anume situație, prin agregarea datelor la nivel de grup, valoarea predictivă a evaluărilor sporeşte. Ziva Kunda îşi bazează argumentația pe faptul că

Consider că, înainte de a opta pentru o variantă sau alta de selecție, o bună cunoaștere a rolului fiecărui element nonverbal în parte (pe care îl propunem spre analiză), în structurarea interacțiunilor umane are impact asupra validității rezultatelor obținute. Spre exemplu, încercând să codificăm direcția privirii şi rolul său în sugerarea impresiei de siguranță, în situația în care o persoană-stimul ține un discurs în față unui auditoriu, ar trebui să stim că, în general, indivizii privesc în sus la sfârşitul unor fraze din cadrul discursului sau la finalul discursului şi privesc înainte la începutul unor fraze lungi (M. Argyle şi J. Dean, 1995, 290). De asemenea, în timpul discursurilor mai puțin personale, când conținutul discursurilor se bazează pe elemente cognitive şi argumente logice, intensitatea privirii creşte, comparativ cu discursurile personale. Având în vedere aceste informații, probabil că un segment de tip *thin slice* extras la începutul discursului ar putea fi mai potrivit pentru analiză decât extragerea a trei segmente distribuite pe parcursul discursului (la început, la mijloc şi la sfârşit). Experimentele prezentate în Capitolul 5 vin să răspundă unor critici formulate paradigmei *thin slices* şi țin cont de observațiile discutate aici privind extragerea segmentului dinamic de comportament („feliilor subțiri“).

gesturi utilizate de persoanele-stimul, mişcările aprobatoare ale capului, zâmbetele şi durata privirii către partener. Nouă evaluatori independenți (de sex feminin) au codificat comportamentele nonverbale ale persoanelor-stimul. În vederea obținerii unui răspuns la întrebarea adresată inițial (dacă „feliile subțiri" pot înlocui ca informație transmisă interacțiunile de durată), au fost calculate: (1) corelații între comportamentele nonverbale ale persoanelor-stimul, aşa cum au rezultat din extractele dinamice de un minut şi cele înregistrate la nivelul întregului material filmat de 15 minute; (2) corelații între comportamentele nonverbale din cadrul feliilor subțiri şi cele înregistrate pe parcursul întregului material filmat (excluzând cele trei secvențe de câte un minut fiecare). Ambele corelații au fost semnificative, ceea ce confirmă validitatea *thin slices*, ca modalitate experimentală de analiză a comportamentelor nonverbale. Aceste concluzii nu pot fi generalizate dincolo de situația particulară creată (două persoane aflate într-o acțiune de cooperare), dar au implicații directe asupra măsurării comportamentelor nonverbale, sugerând paradigma *thin slices* ca o abordare accesibilă cercetătorilor care vor să elimine timpul şi consumul de resurse evident asociat codificărilor anevoioase.

Robert Rosenthal şi Nalini Ambady (1993), dar şi Elisha Babad (2005) au ridicat întrebări cu privire la modalitatea de extragere a secvențelor din materialul filmat. Ce criteriu este cel mai potrivit când selectăm anumite felii subțiri dintr-un ansamblu comportamental dinamic mai larg? Momentul extragerii segmentului de comportament dinamic (*thin slice*) poate influența rezultatele obținute. Elisha Babad (2005) rezolvă această dilemă propunând trei segmente egale, a câte zece secunde fiecare, grupate la începutul, la mijlocul şi la sfârşitul discursului persoanei-stimul. Nora Murphy (2005) sugerează că alegerea aleatoare a segmentului de tip *thin slice* este suficientă pentru a obține rezultate consistente celor obținute prin codificarea întregului. Indiferent ce variantă alegem, trebuie să ținem sub control influența momentului extragerii segmentului comportamental, procedând în mod similar pentru toți subiecții stimul.

întotdeauna mai multe beneficii decât alții, care devin punctul de reper în evaluarea propriilor rezultate. Aceste orientări valorice ale subiecților s-au dovedit stabile în timp şi de-a lungul diferitelor situații de interacțiune analizate (P.A. Van Lange *et al.*, 1997, 773).

Indivizii cu orientare prosocială sunt cei care arată un nivel ridicat de cooperare şi aşteaptă, la rândul lor, parteneri care să aibă un comportament similar, sunt animați de o raționalitate colectivă („toți pentru unul şi unul pentru toți!“), fiind şi cea mai numeroasă categorie, cu o frecvență aproape de trei ori mai mare decât celelalte două categorii. Individualiştii şi competitorii interpretează situațiile de interacțiune în termeni de inteligență şi competență, sunt animați de o raționalitate individualistă („cel mai bun să câştige!“) şi acordă o atenție sporită informației despre inteligența şi competența partenerului de interacțiune, mai puțin despre moralitatea sau gradul de cooperare ale acestuia.

Psihologia evoluționistă susține că indivizii sunt, în principal, egoişti şi acordă ajutor celorlalți similari sau consangvini cu scopul perpetuării genelor comune (J.P. Rushton, 1989, 503). În mod similar, sociobiologii (E.O. Wilson, 1975/2003, 96) identifică o ierarhie, în cazul comportamentelor de ajutorare, bazată pe nivelul relațiilor de rudenie dintre solicitant şi posibilul binefăcător. Oferim întâietate ajutorării părinților, fraților, apoi verilor, rudelor de gradul doi, prietenilor etc.

> Să ne imaginăm o rețea de indivizi legați între ei prin legături de rudenie în cadrul unei populații. Aceste rude de sânge cooperează sau îşi conferă una alteia favoruri altruiste, într-un mod ce sporeşte adaptarea genetică medie a membrilor rețelei ca întreg, chiar şi atunci când acest comportament reduce adaptarea individuală a anumitor membri ai grupului. Membrii pot trăi împreună sau pot fi răspândiți în întreaga populație. Condiția esențială este ca ei să se comporte împreună într-un mod care să fie benefic grupului ca întreg, rămânând în acelaşi timp în contact relativ strâns cu restul populației. Această creştere a bunăstării rețelei de rudenie în cadrul unei populații reprezintă *selecția de rudenie* (E.O. Wilson, 1975/2003, 104).

Capitolul 5
20 DE SECUNDE PENTRU A STABILI DACĂ CELĂLALT ESTE „DE ÎNCREDERE“

Comportamentul prosocial: merită să-i ajuți pe alții!

Este acest client, din magazinul meu, onest, astfel încât să-mi returneze banii în cazul în care calculez greşit restul? Dar acest coleg va fi dispus să împărtăşească informații utile despre noua slujbă? Şi această persoană, care tocmai mi-a spus că nu se poate întâlni cu mine pentru că este foarte ocupată, poate fi considerată de încredere? Era sinceră sau doar căuta un pretext pentru a mă refuza? Iată întrebări pe care ni le-am putea pune fiecare dintre noi în situații de interacțiune cu celălalt, când nivelul de intercunoaştere este minim, iar rezultatele interacțiunii nu sunt în totalitate „în mâinile noastre“.

Paul A. Van Lange *et al.* (1997, 1998) susțin că există caracteristici legate de personalitatea indivizilor care determină, în mai mică sau mai mare măsură, ajutorarea celorlalți. Cercetătorii olandezi se referă la „orientarea social valorică“ a subiecților, aspect care influențează modul în care aceştia evaluează rezultatele interacțiunilor cotidiene, susținând o tipologie formată din trei categorii de persoane: orientare valorică prosocială (*prosocials*), orientarea valorică individualistă (*individualists, proselfs)* şi orientare valorică de tip competitiv (*competitors*). Subiecții orientați spre ceilalți (*prosocials*) încearcă să maximizeze beneficiile pentru toți participanții la interacțiune şi să minimizeze diferențele. Individualiştii încearcă să obțină maximum de beneficii, fără a ține seama de ceilalți, iar competitorii sunt cei care încearcă să obțină

implicați. Cu alte cuvinte, aspecte situaționale şi emoționale marchează evaluările individuale ale costurilor şi beneficiilor asociate comportamentelor de ajutorare.

Tabelul 5.1. Modelul cost beneficiu de acordare a ajutorului, având la bază costul perceput

	Costul perceput al acțiunii de ajutorare		
Costul perceput al non-acțiunii (refuzul ajutorului)		Mic	Mare
	Mic	(1)	(2)
	Mare	(3)	(4)

Dacă abordăm comportamentele prosociale din perspectiva teoriei alegerii raționale şi, respectiv, a variantei cost-beneficiu, incluzând elementele de context, putem prezice că probabilitatea cea mai mare de incidență a acțiunii de ajutorare este întâlnită în contextul în care costul perceput al acțiunii de ajutorare este mic şi costul perceput al non-acțiunii este mare (reprezentată în Tabelul 5.1 prin situația 3) şi că probabilitatea cea mai mică de incidență a actelor de ajutorare se întâlneşte în situația (2), când costul perceput al acțiunii este mare, iar cel al non-acțiunii este mic. Despre situațiile (1) şi (4) nu putem prezice, pe baza modelului de mai sus, rezultatul interacțiunii, indivizii aflați într-o situație de disonanță, tinzând, prin evaluări succesive, să revină la una dintre celelalte două situații considerate de echilibru. Apelul la teoria disonanței cognitive, pentru a putea prezice comportamentul prosocial al indivizilor în situații de tipul (1) şi (4) prezentate în Tabelul 5.1, este susținut experimental într-un studiu recent (B. Simpson, K. Irwin şi P. Lawrence, 2006) care arată că, urmând paradigma cost-beneficiu, indivizii vor fi mai înclinați să acorde ajutorul, dacă îl pot justifica în termeni de interes propriu, reducând astfel disonanța cognitivă.

Consider că restrângerea dimensiunilor familiei moderne, până la forma sa nucleară, este însoțită de scăderea obligativității acordării ajutorului către un număr mare de consangvini, cu care menținem legături slabe, ocazionale şi lipsite de intensitate afectivă. Modernizarea societății a generat o reducere continuă a numărului de solicitanți (legați prin legături de rudenie) față de care individul se simte obligat să acorde ajutorul. Psihologii evoluționişti şi sociobiologii dezvoltă astfel o viziune pesimistă asupra comportamentelor prosociale, susținând că ajutorarea celuilalt nu este în interesul individului şi că selecția naturală favorizează un comportament egoist, diminuând, pe termen lung, presiunea de acordare a ajutorului (E. Burnstein, C. Crandall şi S. Kitayma, 1994, 473). Din această perspectivă, sociobiologii prezic scăderea incidenței comportamentelor sociale în timp, pe scara evoluției speciei umane.

Pe de altă parte, teoria alegerii raționale (*rational choice theory*) susține că ajutorarea celuilalt este, de multe ori, în favoarea binefăcătorului şi nu doar în favoarea solicitantului (J.S. Coleman, 1990): indivizii încearcă să-şi maximizeze profiturile (*expected utility*) ca urmare a acțiunilor pe care le desfăşoară, acționează rațional şi nu vor ezita să ajute un altul, când percep că aceasta poate fi în interesul propriu. Teoria alegerii raționale a deschis discuția asupra raportului cost-beneficiu în predicția comportamentelor prosociale şi asupra necesității păstrării echității în relațiile interumane: ceea ce dă o persoană trebuie să fie comparabil cu ceea ce primeşte. Aceasta înseamnă că indivizii renunță la comportamentul prosocial când percep că există o discrepanță între costurile acțiunii solicitate şi posibilele beneficii asociate ei. Şi totuşi, teoria cost-beneficiu în evaluarea comportamentelor de întrajutorare, inspirată de viziunea economică asupra socialului a lui Adam Smith (1959/1963) şi continuată de George C. Homans (1961) şi Peter M. Blau (1964) şi, mai recent, de Siegwart Lindenberg (2001) necesită o reconsiderare dintr-o perspectivă relativistă: raportarea nu doar la costurile şi beneficiile reale, ci mai ales la cele percepute de către actorii sociali

de motive altruiste şi egoiste. Între motivele egoiste distinge: (1) căutarea unei recompense financiare, sociale sau chiar de confort personal, (2) evitarea unei pedepse de aceeaşi natură sau (3) reducerea stării dispoziționale negative datorate prezenței unei persoane aflate în nevoie. Altruismul este astfel situația în care beneficiul acordat celuilalt este motivul principal al acțiunii, iar recompensa câştigată – doar o consecință întâmplătoare; iar egoismul situația inversă, în care recompensa reprezintă mobilul principal al acțiunii de ajutorare (D. Batson, 1992, 71). Modelul său aduce în prim plan rolul empatiei (*empathic emotion*) în apariția comportamentelor prosociale, susținând că empatia (care include sentimente ca simpatia, compasiunea, tandrețea şi, în general, sentimente care duc la bunăstarea şi protejarea celuilalt) generează întotdeauna motive altruiste ca principale mobiluri ale acțiunii de ajutorare, sau transformă motivele egoiste în situații altruiste.

Daniel Batson a cercetat experimental modul în care empatia modifică rezultatul interacțiunilor, într-o situație de ajutorare, animată de motive egoiste. Spre exemplu, în situația în care ajutorul acordat este susținut de nevoia de a reduce starea dispozițională negativă datorată prezenței unei persoane aflate în nevoie (unul dintre motivele egoiste expuse anterior), empatia generează comportamente prosociale, chiar şi atunci când cea mai uşoară cale de a reduce starea dispozițională negativă ar fi evitarea celui care solicită ajutorul. O situație experimentală de acest tip este aceea a unor participanți naivi care observă un complice manifestându-şi durerea la aplicarea unor şocuri electrice (după modelul experimentului lui Stanley Milgram, 1974). Subiecții naivi pot alege să se implice (să comande ei înşişi aplicarea şocurilor electrice) sau nu. Posibilitatea evitării situației care generează o stare dispozițională negativă era manipulată, într-una dintre condițiile experimentale subiectul naiv putând părăsi încăperea, iar în cea de a doua – fiind obligat să asiste la experiența chinuitoare a victimei. Putem reduce schema experimentală la Tabelul 5.3.

În acelaşi timp, un model tridimensional, care să ia în considerare şi beneficiile percepute ale acțiunii şi, respectiv, ale non-acțiunii – în spiritul teoriei alegerii raționale, poate fi exprimat în Tabelul 5.2. În acest caz, chiar atunci când costurile percepute al acțiunii şi ale non-acțiunii sunt ridicate, subiectul poate da curs acțiunii de întrajutorare datorită unui beneficiu perceput, de asemenea ridicat (situația 4), modelul subliniind cum acționează individul într-o situație de disonanță.

Tabelul 5.2. Modelul cost beneficiu de acordarea ajutorului, având la bază costul perceput şi beneficiul perceput

	Costul perceput al acțiunii de ajutorare şi costul perceput al non-acțiunii		
Beneficiul perceput al acțiunii de ajutorare		Mic	Mare
	Mic	(1)	(2)
	Mare	(3)	(4)

Dacă ne raportăm la costurile şi beneficiile percepute şi nu la cele reale ale comportamentului prosocial, trebuie să luăm în considerare dimensiunea emoțională a acestuia, trăirile afective spontane care-i determină pe oameni să dea curs solicitărilor unui semen. Daniel Batson (1988, 1991, 1992) este susținătorul unei abordări emoționale a comportamentului prosocial[11], criticând abordarea sociobiologică pentru faptul că se concentrează exclusiv pe rezultatul acțiunii de ajutorare şi ignoră motivele care stau la baza ei. În concepția autorului american, profesor la Universitatea din Kansas, ajutorarea celorlalți poate fi determinată de motive altruiste, egoiste sau

1 Daniel Batson foloseşte termenul „altruism“ sinonim celui de „comportament prosocial“.

Tabelul 5.4. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularea costului asociat comportamentului de evitare şi al nivelului empatiei.

	Empatie		
Costul non-implicării		Scăzută	Ridicată
	Mic (pot părăsi camera)	Non-implicare	Implicare
	Mare (nu pot părăsi camera)	Implicare	Implicare

Empatia ridicată determină prezența comportamentelor prosociale, chiar în condițiile în care costul non-implicării este scăzut, fiind practic superioară unui raționament de tip cost-beneficiu.

În situația în care ajutorul este animat de dorința de a evita pedeapsa (motiv egoist expus anterior), empatia este sursa comportamentelor prosociale, chiar şi atunci când justificarea ar fi cea mai uşoară modalitate de a evita pedepsele asociate unei neimplicări.

De obicei, indivizii pot fi susținuți în acțiunile de ajutorare de motive egoiste: teama de „ce vor zice ceilalți“ despre ei sau chiar de eventuale remuşcări ulterioare, temeri care se diminuează însă când subiecții pot aduce un motiv întemeiat, ca justificare pentru non-acțiune (ex. „păreau că sunt soț şi soție“, în situația non-intervenției față de un act de agresiune sexuală). Daniel Batson *et al.* (1988) au condus experimente în care subiecții erau informați despre neimplicarea altor potențiali binefăcători, manipulând gradul de accesibilitate al justificării (cinci din şapte persoane au dat curs solicitării – posibilitate redusă de justificare a non-acțiunii, sau două din şapte persoane au dat curs solicitării – posibilitate de susținere a justificării non-acțiunii).

Tabelul 5.3. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularea costului asociat comportamentului de evitare.

		Alegerea subiecților naivi: implicare/ non-implicare
Costul non-implicării	Mic (pot părăsi camera)	Non-implicare
	Mare (nu pot părăsi camera)	Implicare

Subiecții naivi, care sunt constrânşi să asiste la aplicarea şocurilor electrice, trăiesc o situație de empatie ridicată față de complicele experimentatorului aflat în suferință şi, pentru a reduce starea dispozițională negativă, vor alege să intervină. Nu acelaşi lucru se poate spune despre cei care au posibilitatea să părăsească încăperea, alegând, potrivit ipotezei motivelor egoiste, evitarea, părăsirea locului acțiunii. Daniel Batson modifică schema inițială (prezentată în Tabelul 5.3) prin manipularea nivelului empatiei (subiecții naivi încearcă ei înşişi efectul şocurilor electrice sau li se induce empatia prin mesaje de tipul „gândiți-vă cum v-ați simți dacă….“. În acest caz, schema experimentală arată superioritatea variabilei empatie, în fața abordării egoiste a situației (Tabelul 5.4).

Poate cele mai evidente motive egoiste, care pot anima comportamentele prosociale, sunt cele legate de căutarea unei recompense financiare, sociale, sau de confort personal. Ele se circumscriu modelului rațional de analiză cost-beneficiu a acțiunii de întrajutorare, cu renunțarea implicării când binefăcătorul nu întrevede o posibilă recompensă financiară, socială etc. Într-o serie de experimente subiecții puteau alege să petreacă un timp, săptămânal, cu un coleg aflat în nevoie, în situația când urmau să-l întâlnească, indiferent de alegerea făcută (recompensă ridicată asociată implicării şi, respectiv, disconfort sporit, în cazul neacordării ajutorului) şi în situația în care non-acțiunea nu era urmată de întâlnirea cu persoana aflată în nevoie (Daniel Batson *et al.* 1988). Tabelul 5.7 redă schema experimentală pentru un asemenea experiment.

Tabelul 5.7. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularea recompensei percepute de către posibilul binefăcător.

		Alegerea subiecților naivi:implicare/ non-implicare
Recompensa asociată acțiunii	Mare (urmează să întâlnească persoana care solicită ajutorul)	Implicare
	Mică (nu urmează să întâlnească persoana care solicită ajutorul)	Non-implicare

Din nou, prezența empatiei (prin stimularea subiecților participanți la experiment să încerce să se pună în locul victimei) modifică rezultatul experimentelor inițiale, generând implicare şi în situația cu recompensă scăzută (Tabelul 5.8).

Tabelul 5.5. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularea accesibilității justificării non-acțiunii.

		Alegerea subiecților naivi: implicare/ non-implicare
Accesibilitatea justificării	Ridicată (mulți au refuzat)	Non-implicare
	Scăzută (puțini au refuzat)	Implicare

Modificarea schemei experimentale prezentate în Tabelul 5.5, prin introducerea empatiei ca variabilă experimentală, prezice apariția comportamentelor prosociale chiar şi atunci când justificarea non-acțiunii este accesibilă subiectului solicitat să acorde ajutorul.

Tabelul 5.6. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularera accesibilității justificării non-acțiunii şi al nivelului empatiei.

	Empatie		
Accesibilitatea justificării		Scăzută	Ridicată
	Scăzută (puțini au refuzat)	Implicare (moderată)	Implicare
	Ridicată (mulți au refuzat)	Non-implicare	Implicare

jează în performarea unor comportamente care pot fi contrare intereselor noastre individuale. O persoană poate avea un comportament prosocial pentru că „s-ar *simți* rău altfel". Când ceilalți realizează că trăieşte o asemenea stare emoțională, o vor alege ca partener de interacțiune în situații care presupun încredere reciprocă, mizând pe angajarea ei. Astfel, Robert H. Frank argumentează că „merită să-i ajutăm pe ceilalți" pentru că aceştia ne vor alege ca parteneri de interacțiune, mizând pe angajamentul nostru, cu rezultate pozitive pe care nu le putem obține singuri într-o situație de interdependență. În plus, după opinia lui R.H. Frank (1988, 8), indivizii sunt capabili să decodifice mesaje subtile (inclusiv nonverbale) pe baza cărora inferează asupra gradului de angajare a celuilalt şi, implicit, dacă să îi acorde sau nu încredere în interacțiunile viitoare. Se relevă rolul intuiției şi valoarea sa funcțională: „simțim că putem profita de anumiți indivizi şi de alții instinctiv ştim că trebuie să ne ferim". Dacă într-adevăr onestitatea sau altruismul sunt caracteristici observabile prin expunerea limitată la o persoană-stimul, atunci persoana în cauză devine valorizată în interacțiuni care reclamă încredere reciprocă şi va fi avantajos să transmită semnalele corespunzătoare despre sine.

Urmând lanțul argumentativ formulat de Robert H. Frank, am distins patru situații, care stau la baza experimentelor pe care le voi descrie în continuare:

(1) Indivizi care au comportament prosocial şi sunt percepuți ca „având un comportament prosocial". Aceasta, conform viziunii lui R.H. Frank, se traduce în beneficii pentru cei care sunt de încredere şi pot semnala în mod corespunzător acest lucru despre ei înşişi.

(2) Indivizi care nu au comportament prosocial (Robert H. Frank îi numeşte *antisocials*), dar care sunt percepuți ca fiind „de încredere"[12]. „Întotdeauna există o nişă pentru cei care sunt abili în a pretinde că au anumite sentimente" (R.H. Frank, 1988, 11). Totuşi, în interacțiunile cotidiene, nu este

1 R.H. Frank (1988) nu face distincție între „trustworthy" (de încredere) şi „prosocial".

Tabelul 5.8. Predicția acordării ajutorului într-o situație de tip implicare-evitare, cu manipularea recompensei percepute de către posibilul binefăcător şi a nivelului empatiei acestuia.

		Empatie	
		Scăzută	Ridicată
Recompensa asociată acțiunii	Mare (urmează să întâlnească persoana care solicită ajutorul)	Implicare	Implicare
	Mică (nu urmează să întâlnească persoana care solicită ajutorul)	Non-implicare	Implicare

Sublinierea rolului empatiei în emergența comportamentelor prosociale şi mai ales maniera de a trata aceasta din perpectiva teoriei alegerii raționale este insuficient explorată. De altfel, rolul emoțiilor în explicarea şi prezicerea unor comportamente individuale şi de grup a fost neglijat în psihologia socială şi reafirmat când paradigmele cognitiviste au înregistrat un declin (D.S. Massey, 2002).

Una dintre lucrările care accentuează rolul emoțiilor în explicarea comportamentelor prosociale, de asemenea în viziunea teoriei alegerii raționale, este *Passions with Reason*, de Robert H. Frank, care dezvoltă un model al angajării (*commitment*) în explicarea comportamentelor umane, opus celui de tip cost-beneficiu, conform căruia: „comportamentele iraționale ale indivizilor se pot explica prin predispozițiile emoționale ale acestora, care apar din necesitatea rezolvării problemelor de angajament“ (R.H. Frank, 1988, 11). Autorul american, profesor la Universitatea Cornell, susține că emoțiile ne anga-

Tabelul 5.9. Reprezentarea grafică a modelului angajării propus de Robert H. Frank (1988)

	A fi de încredere (*prosocial*)	A nu fi de încredere (*antisocial*)
A fi perceput ca fiind de încredere (*perceived prosocial*)	(1)	(2)
A fi perceput ca nefiind de încredere (*perceived antisocial*)	(3)	(4)

Lucrarea *Passions with Reason* este relativ puțin cunoscută în literatura psihosociologică poate şi datorită faptului că modelul propus de Robert H. Frank nu a fost testat experimental. Ne putem întreba ce anume iau în considerare indivizii când inferează că au de-a face cu un partener de interacțiune care va acționa onest pentru că *se simte* angajat să facă asta, chiar dacă pierde din punct de vedere economic, rațional. Punctul de vedere exprimat de autor se referă la elemente nonverbale care, decodificate corect, pot da seama despre starea efectivă a partenerului de interacțiune: expresii faciale, mişcări ale ochilor, timbrul vocii, postura. Cu foarte multe persoane însă, inițiem interacțiuni de scurtă durată şi decodificăm aceste elemente nonverbale în mod selectiv, de aceea este interesant de cercetat dacă într-adevăr indivizii sunt capabili să decodifice orientarea social valorică a celorlalți (*prosocials, individualists şi competitors*) când au informații reduse despre aceştia.

Pot indivizii să realizeze predicții acurate privind orientarea social valorică a celorlalți, bazându-se pe decodificarea elementelor nonverbale ale acestora, într-o situație de expunere limitată? Modul în care indivizii îşi formează primele impresii despre ceilalți a fost ilustrat pe larg în Capitolul 4

în interesul actorilor sociali să îi perceapă ca „cinstiți“, „de încredere“ pe cei care dovedesc ulterior a nu avea aceste caracteristici. De aceea, actorii sociali şi-au adaptat modalități intuitive de a-i decodifica, folosind elemente subtile de comportament şi de a restabili echilibrul. Pe de altă parte, este destul de dificil pentru cei care disimulează să-şi mențină credibilitatea pentru mult timp. Elemente nonverbale pot scăpa controlului voluntar – ceea ce Paul Ekman şi Wallace Friesen (1969) numesc *nonverbal leakage* (scăpări nonverbale) – întâlnind indivizi capabili să le decodifice. Din punct de vedere ecologic, dacă aceste elemente nonverbale subtile nu ar avea nicio valoare funcțională, indivizii ar fi învățat să nu mai aibă încredere în ele.

(3) Indivizi care au comportament prosocial, dar nu sunt percepuți ca atare. În acest caz, persoanele „de încredere“ nu reuşesc cumva să transmită semnalele corespunzătoare despre ele şi, din punct de vedere evoluționist, avem de-a face cu o situație de inadaptare. Conform lui Paul Van Lange şi colaboratorilor săi (1997, 733), orientarea social valorică a indivizilor „se înrădăcinează parțial în interacțiunile sociale experimentate de-a lungul începutului maturizării, perioadei de mijloc a maturizării şi continuă la vârsta a treia“. În plus, persoanele orientate spre valorile de tip prosocial se ataşează mai puternic de ceilalți şi au mai mulți frați, în special surori.

(4) Indivizi care nu sunt orientați către valori prosociale şi nici nu sunt percepuți ca atare. Folosind terminologia lui Paul A. Van Lange şi a colaboratorilor săi (1997), aceştia pot fi individualişti sau competitori (orientați spre sine sau spre maximizarea beneficiilor relativ la ceilalți). Teoretic, avem de-a face cu o situație de echilibru, dar aceste persoane vor fi evitate în situații de interacțiune care reclamă încredere şi vor pierde resurse, pe termen lung. „Pentru a părea de încredere este necesar sau cel puțin util să fii de încredere“ (R.H. Frank, 1988, 18).

persoane-stimul, când nivelul expunerii este minim (conform *thin slices*) şi relevă posibile variabile explicative.

Experimentele descrise în acest capitol urmăresc paradigma experimentală inițiată de Nalini Ambady, susținută de o argumentație de tip evoluționist, ecologic. Din punct de vedere ontogenetic, este esențial ca în procesul comunicării interpersonale să existe un receptor capabil să decodifice corect orientarea social valorică a partenerului de interacțiune şi, de asemenea, de un emițător capabil să codifice (exprime) aceasta corespunzător. Susțin punctul de vedere exprimat de Nalini Ambady (2000, 203) care afirmă că cercetările în zona percepției sociale şi a formării primelor impresii „s-au centrat pe evaluări bazate pe informație abstractă, conceptuală“, pe situații ipotetice, în timp ce experimentele prezentate aici au în vedere evaluarea unor persoane antrenate într-o acțiune reală, inclusiv în consecințele ei.

Poate funcționa paradigma experimentală de tip *thin slices* în evaluarea comportamentului prosocial al celorlalți? Nalini Ambady (2000) realizează o metaanaliză a 26 de studii care presupune evidențierea validității predicțiilor bazate pe această paradigmă, urmărind să identifice variabile care potențează performanțele evaluatorilor. Astfel, observabilitatea şi nivelul afectivității asociat trăsăturilor care sunt supuse analizei sunt aspectele cele mai importante menționate de Nalini Ambady. Trăsăturile considerate ca fiind uşor observabile (cum este extraversia sau performanța individului într-o sarcină dată) şi, de asemenea, trăsăturile asociate cu reacții afective puternice (cum ar fi anxietatea, minciuna şi înşelătoria sau atracția) au înregistrat un nivel ridicat de reliabilitate ($r = 0{,}42$, respectiv $r = 0{,}23$). Totuşi, observabilitatea este variabila cheie, care face ca evaluările unei trăsături conform paradigmei *thin slices* să fie valide: trăsăturile considerate ca fiind uşor observabile, dar care nu sunt asociate unor trăiri afective intense au înregistrat cea mai mare reliabilitate (N. Ambady, 2000, 244). Cu alte cuvinte, există un efect de interacțiune între variabila „observabilitate“ şi variabila „afectivitate“, în paradigma *thin slices* – trăsăturile uşor observabile şi încărcate de afectivitate sunt

al acestei lucrări. Am trecut în revistă modelele teoretice ale psihosociologiei clasice (S.E. Asch, 1946; E.E. Jones şi K.E. Davies, 1965; H.H. Kelly, 1972) care susţineau că primele impresii sunt eronate, cele ale abordării funcţionale (J.S. Bruner şi R. Tagiuri, 1954; A. Tversky şi D. Khneman, 1973, 2000; R. Baron şi D. Byrne, 1974, 1997, 2006) care insistă asupra rolului pe care îl joacă primele impresii în orientarea şi stabilirea relaţiilor interumane şi m-am oprit asupra unei perspective insuficient explorate, iniţiată de Robert Rosenthal şi Judith Hall *et al.* (1979, 1984, 1992), care afirmă acurateţea primelor impresii în predicţia unor caracteristici de personalitate, caracter şi comportamentale ale indivizilor aflaţi în interacţiuni episodice cu subiectul evaluator. Această nouă paradigmă privind formarea primelor impresii a fost valorificată experimental şi readusă în prim plan de Nalini Ambady (1992, 1993, 1995, 2000, 2006), colaboratoare a lui Robert Rosenthal (una dintre numeroasele exemple din domeniul psihosociologiei care demonstrează că cercetarea necesită adesea un mentor ale cărei idei să inspire viitoare ipoteze valoroase). Cercetătoarea americană de origine indiană propune termenul de *thin slices* (vezi Capitolul 4) care se referă la fragmente scurte de comportament extrase dintr-un ansamblu dinamic, înregistrat, nu mai lungi de cinci minute. Nalini Ambady demonstrează experimental că indivizii îşi pot forma impresii corecte despre unele caracteristici ale persoanelor-stimul, în interacţiuni de scurtă durată.

În cercetările prezentate în precedentul capitol am arătat validitatea predictivă a paradigmei *thin slices* în estimarea trăsăturilor de personalitate, valorilor, performanţelor în anumite domenii, orientării sexuale şi aspectelor legate de relaţiile sociale ale persoanelor-stimul. Totuşi, nu există cercetări experimentale care să testeze validitatea predictivă a acestei paradigme în legătură cu orientarea social valorică a subiecţilor sau raportate la comportamentul prosocial al acestora. Studiile prezentate în continuare pun în discuţie acurateţea indivizilor în evaluarea orientării social valorice a unei

experimentele prezentate în continuare, am avut în vedere numai materiale filmate, fără sonor, care am presupus că pot fi decodificate mai uşor.

Un context relevant pentru caracteristica analizată pare să fie destul de important în cazul paradigmei *thin slices*, când înregistrăm persoanele-stimul (video sau audio). Aceasta ar putea fi o limită a experimentelor ce urmează, datorită faptului că în înregistrarea persoanelor-stimul din materialele filmate nu am putut controla relevanța contextului față de caracteristica analizată (comportamentul prosocial).

Dictator game şi trust game – modalități de măsurare a comportamentului prosocial

Paul A. Van Lange şi colaboratorii săi (1997, 733) consideră comportamentul prosocial ca „o manieră prin care indivizii se raportează la alții interdependenți", care presupune cooperare şi urmăreşte satisfacerea reciprocă a intereselor. Există mai multe modalități de a măsura comportamentul prosocial: chestionare de autoevaluare, instrumente care cuprind evaluări ale celor din jur, scale standardizate, observația etc. Rezultatele care au la bază astfel de instrumente sunt puternic dependente de context şi este dificil să construim un instrument de cercetare care să fie valid indiferent de situație sau de cultura în care se desfăşoară cercetarea. Dacă acceptăm însă punctul de vedere exprimat de Paul A. Van Lange şi asimilăm comportamentul prosocial unei trăsături legate de personalitatea individului – orientarea social valorică spre cooperare în situații de interdependență – atunci teoria jocurilor şi situațiile de tip dilemă socială sunt instrumente de măsurare cu o validitate transculturală şi trans-situațională ridicată. Este vorba despre situații în care individul poate decide să acționeze în favoarea sau împotriva unei alte persoane, cu rezultat direct asupra câştigurilor personale. Situațiile de tip dilematic sunt instrumente potrivite, mai ales când vrem să măsurăm comportamentul

dificil de decodificat, dar trăsăturile caracterizate predominant prin observabilitate (de exemplu, performanța individului) sau predominant prin afectivitate (de exemplu, dragostea) au reliabilitate ridicată.

Consider că „orientarea social valorică“ de tip prosocial este o caracteristică asociată unui nivel ridicat de afectivitate, fiind puternic dezirabilă social. Nu mă pot pronunța însă cu privire la nivelul de observabilitate al acestei trăsături. Dacă modelul teoretic expus de Robert H. Frank (1988) se verifică experimental, atunci indivizii sunt interesați să codifice această trăsătură astfel încât să fie uşor observabilă, pentru a fi căutați de posibili parteneri de interacțiune, în acțiuni cu beneficii reciproce. Astfel, lipsa studiilor despre valoarea paradigmei *thin slices* în evaluarea comportamentului prosocial al celorlalți s-ar putea datora şi faptului că această trăsătură, reunind deopotrivă un nivel ridicat de afectivitate şi observabilitate, nu are un nivel de reliabilitate suficient de ridicat (încât să solicite interesul publicării unui studiu într-o revistă de specialitate). Şi totuşi, observabilitatea sau nivelul afectiv asociat acestei caracteristici pot fi judecate numai în funcție de context, de situația concretă pentru care individul este solicitat să realizeze evaluarea. Datorită faptului că în experimentele prezentate în continuare, subiecții sunt solicitați să evalueze persoane reale, într-o situație cu miză concretă, ne aşteptăm ca observabilitatea să fie variabila cea mai importantă care mediază validitatea evaluărilor persoanelor-stimul, sub raportul orientării lor social valorice.

Nalini Ambady (2000, 224) consideră că reliabilitatea evaluărilor bazate pe *thin slices* depinde de canalul de comunicare utilizat. Rezultatele sunt intuitive: „în cazul extractelor de comportament înregistrate video, reliabilitatea a fost mai ridicată comparativ cu înregistrările audio“. Există însă un efect de interacțiune între canalul de comunicare şi observabilitate, respectiv nivelul afectiv al caracteristicii supuse evaluării: unele caracteristici, în special cele asociate cu un nivel ridicat de afectivitate, au fost mai uşor evaluate în cazul materialelor audio decât al materialelor filmate (ex. anxietatea). În

B primeşte banii de la A, experimentatorul adaugă Persoanei B o nouă sumă de bani, astfel încât B va avea acum de trei – patru ori mai mult[1] decât suma inițială primită de la A. De data aceasta, Persoana B poate alege să păstreze întreaga sumă (comportament rațional-individualist) sau să împartă noua sumă cu Persoana A, care a avut încredere în ea, susținând astfel echitatea în relațiile sociale (raționalitate colectivă). Experimentul are loc în condiții de anonimat – ambii participanți interacționează prin intermediul experimentatorului, nu se cunosc şi nu vor ajunge să se cunoască ulterior, ceea ce exclude posibilitatea ca Persoana B să acționeze pentru a câştiga aprobarea socială sau acceptarea celuilalt. Comportamentul Persoanei A măsoară practic nivelul de încredere în ceilalți şi asumarea riscului/evitarea eşecului, în situația dată. Comportamentul Persoanei B măsoară orientarea social valorică a acesteia (de tip altruist sau egoist). Similar, dacă B este dominat de o logică a sentimentelor, va tinde să se simtă *angajat* față de persoana care a avut încredere în el, chiar dacă nu o cunoaşte şi nu ajunge să o cunoască niciodată – se *va simți* mai bine ştiind că s-a comportat echitabil. După logica economică însă, B se comportă irațional dacă alege să împartă banii în mod egal cu A.

Cele două situații experimentale (*trust game* şi *dictator game*) permit măsurarea comportamentului real al persoanelor-stimul, al evaluatorilor şi, de asemenea, permit analiza modalităților prin care evaluatorii ajung la formarea impresiilor privind comportamentul prosocial al persoanelor-stimul, într-o situație concretă, cu miză reală.

Cercetările în domeniul percepției persoanei au arătat că indivizii tind să subestimeze orientarea celorlalți către comportamente prosociale (P.A. Van Lange, C. Sedikides, 1998; S. Chelcea *et al*, 1999; J. Möller şi K.Savyon, 2003),

---

1 Experimentatorul trebuie să adauge o sumă a cărei divizare între cele două persoane A şi B să permită obținerea unui profit pentru A, față de situația în care ar fi păstrat banii oferiți inițial (când Persoana B nu era în joc).

real al persoanelor față de alții reali sau imaginari, alegere pe care am argumentat-o la începutul acestui capitol.

În *dictator game*[1] două persoane (Persoana A şi Persoana B) se află într-o situație de interdependență, controlată total de Persoana A (vezi Anexa 2). Aceasta primeşte de la experimentator o sumă de bani, pe care are dreptul să o împartă aşa cum doreşte, cu Persoana B. Astfel, Persoana A este singura care „dictează" rezultatul interacțiunii. Experimentul are loc în condiții de anonimat – ambii participanți interacționează prin intermediul experimentatorului, nu se cunosc şi nu vor ajunge să se cunoască ulterior, deci Persoana A nu poate avea motivații de natură socială (ex. a căuta prietenia sau aprobarea celuilalt) la baza deciziilor luate (D. Fetchenhauer şi B.P. Buunk, 2003). Persoana A poate alege să împartă suma în mod egal cu Persoana B, dovedind o orientare valorică de tip prosocial, să oprească o sumă mai mare pentru sine, oferind ceva bani şi Persoanei B – orientare valorică de tip competitiv, sau să păstreze întreaga sumă de bani – orientare valorică de tip individualist. Dacă Persoana A acționează conform unei raționalități strict economice, de tip cost-beneficiu, va alege să păstreze toți banii pentru sine. Nu are niciun motiv dintre cele egoiste menționate anterior (căutarea unei recompense, evitarea unei pedepse sau reducerea stării dispoziționale negative) pentru care ar putea alege să împartă banii în mod egal cu Persoana B. Dacă însă Persoana A este animată de o logică a sentimentelor (cum se exprimă Robert H. Frank), atunci *s-ar simți* mai bine dacă ar împărți banii cu Persoana B, fiind *angajată* față de aceasta, prin însăşi situația creată de experimentator.

Situația dilematică denumită *trust game*[2] presupune o interdependență între persoanele A şi B, în care rolul decisiv revine, pe rând, fiecăreia dintre ele. Persoana A primeşte o sumă de bani de la experimentator şi poate alege să păstreze întreaga sumă (situație în care *trust game* ia sfârşit şi B nu intră în joc), sau să dea această sumă unei Persoane B. Dacă

1 Propun o traducere pentru acest termen: „joc cu control unilateral".

2 Propun o traducere pentru acest termen: „joc cu control bilateral".

Când estimează orientarea social valorică a celorlalți, subiecții utilizează propriul comportament ca punct de reper, proces numit proiecție: individualiştii tind să estimeze că majoritatea se va comporta în acelaşi mod ca şi ei, rezultând o subestimare mai accentuată a comportamentului prosocial al celorlalți, iar cei cu orientare valorică de tip prosocial vor tinde să estimeze că majoritatea are un comportament similar lor, rezultând o subestimare mai moderată a comportamentului prosocial al celorlalți (P.A. Van Lange şi D.M. Kuhlman, 1994).

Studiile privind eroarea onestității s-au derulat cerând subiecților să se compare cu alții, la nivel abstract[1] – „media studenților", „media oamenilor, în general". Nu ştim însă dacă efectul ar apărea şi în situația evaluării comportamentului altora concreți. În plus, vor tinde indivizii să subestimeze comportamentul „altora concreți" în mai mare măsură decât în cazul evaluării „altora abstracți" ? Probabil şi în acest caz se va produce mecanismul proiecției, subiecții tinzând să considere propriul comportament (în *dictator game* şi *trust game*[2]) ca punct de reper în estimarea comportamentului celorlalți (în aceleaşi situații dilematice). Dar când subiecții estimează mai întâi comportamentul „altora concreți" şi apoi experimentează ei înşişi *dictator game* sau *trust game*? În acest al doilea caz, utilizarea propriului comportament ca punct de reper în estimarea comportamentului celorlalți este mai puțin implicită, deşi nu putem exclude mecanismul proiecției.

---

1 În studiul condus de Paul Van Lange şi C. Sedikides (1998) în cadrul *Free University Amsterdam* subiecții au fost întrebați: „Cât de onest eşti comparativ cu media studenților din Universitate?" Participanții îşi formulau răspunsurile pe o scală de 11 trepte unde „1" = „Sunt mult mai puțin onest decât media studenților din Universitate, „6" = „sunt la fel de onest ca media studenților din Universitate" şi „11" = „sunt mult mai onest decât media studenților din Universitate".

2 În această lucrare am folosit *trust game* şi *dictator game* ca modalități de măsurare a comportamentului prosocial şi, respectiv, a orientării social valorice a subiecților analizați.

percepându-se pe sine ca fiind mai buni, mai oneşti decât ceilalţi. Aparent, aceste rezultate sunt intuitive pentru că fac parte din demersul firesc al indivizilor de a-şi construi un *self* mai pozitiv decât este în realitate. De fapt, nu toate trăsăturile pozitive sunt supuse unor asemenea erori de subestimare a celorlalţi. S.T. Allison, D.M. Messick şi G.R. Goethals (1989) au demonstrat experimental că ne percepem superiori celorlalţi în ce priveşte onestitatea, dar nu şi atunci când avem în vedere inteligenţa, fenomen denumit de cei trei cercetători „efectul Muhamad Ali“[1], după numele campionului mondial la box din anii '70. „Efectul Muhamad Ali“ a fost pus în evidenţă şi în România, de către Septimiu Chelcea *et al.* (1999), pe un eşantion de 412 studenţi de la Universitatea din Bucureşti.

În general vorbind, care sunt trăsăturile cel mai probabil supuse erorii de subestimare a celorlalţi relativ la sine? Mark D. Alicke (1985) susţine că dezirabilitatea şi controlabilitatea unei trăsături sunt variabilele care determină apariţia erorii de supraestimare a sinelui relativ la ceilalţi. Cu alte cuvinte, trăsăturile înalt dezirabile şi controlabile (ex. onestitatea, altruismul) se supun erorii menţionate, în timp ce trăsăturile dezirabile, dar slab controlabile (ex. inteligenţa) au o probabilitate mai mică de a înregistra astfel de erori de atribuire.

Tendinţa indivizilor de a se considera mai cinstiţi decât ceilalţi este cunoscută în literatura psihosociologică ca „efectul holier than thou“[2] (N. Epley, D. Dunning, 2000). Poate fi destul de neplăcut şi costisitor pentru un individ dacă percepe că un altul este cinstit, iar acesta dovedeşte contrariul, de aceea subestimarea nivelului comportamentelor prosociale ale celorlalţi este un comportament adaptativ (D. Fetchenhauer şi B.P. Buunk, 2003).

---

1 Muhamad Ali (1975) a declarat „Eu am afirmat doar că sunt cel mai bun, nu cel mai inteligent“ – fiind întrebat dacă deliberat nu a trecut testul de inteligenţă pentru a fi recrutat în armata americană.

2 Propun asimilarea înţelesului termenului de „holier than thou effect“ cu termenul utilizat de Septimiu Chelcea: eroarea onestităţii (*fairness bias* – trad. S. Chelcea, 1999, 24*)*.

şi populari în grupurile lor de apartenenţă au obţinut performanţe semnificativ ridicate la testul PONS. În ce priveşte validitatea de criteriu, PONS a dovedit că poate fi relaţionat cu semnificaţiile atribuite de indivizi în viaţa reală, atâta timp cât evaluările privind competenţa nonverbală a subiecţilor, oferite de alţii care îi cunoşteau destul de bine, au fost consistente cu scorurile PONS (R. Rosenthal *et al.*, 1979, 26).

Deşi Robert Rosenthal şi colaboratorii au evidenţiat legătura dintre PONS şi valorile sociale şi religioase[1] ale subiecţilor, cercetări privind relaţia dintre orientarea social valorică a subiecţilor (P.A. Van Lange *et al.*, 1997) şi testul PONS, nu au fost realizate. Experimentele prezentate în continuare utilizează *Face and Body PONS* ca posibil moderator al capacităţii indivizilor de a evalua comportamentul prosocial al celorlalţi (orientarea social valorică), bazându-se pe elemente nonverbale.

> **Ipoteza 2**. Dacă subiecţii dovedesc competenţă în decodificarea elementelor noverbale folosind canalul vizual (obţinând scoruri mari la *Face and Body PONS*), atunci vor avea, de asemenea, acurateţe ridicată în evaluarea comportamentului prosocial al persoanelor-stimul.

Nevoia de cogniţie versus credinţa în intuiţie – moduri diferite de procesare a informaţiei. Când procesează informaţia, indivizii pot proceda într-un mod natural, euristic, apelând la intuiţie (A. Tversky şi D. Kahneman, 1982; S.T. Fiske şi S.E. Taylor, 1991) sau într-un mod analitic conceptual, bazat pe logică (S. Epstein *et al.*, 1996). Semnalând această distincţie, John T. Cacioppo şi Richard E. Petty (1982, 116) introduc conceptul de „nevoie de cogniţie" (*need of cognition*), definit ca „tendinţa unui individ de a se angaja şi de a prefera gândirea logică". Cei doi teoreticieni susţin că nevoia de cogniţie este o trăsătură individuală, relativ stabilă în timp şi că, în funcţie de aceasta, distingem: (1) indivizi cu nevoie

---

1 S-a utilizat Study Values Scale (G. Allport, Vernon, P.E. Lindzey, G. 1960), care cuprinde următoarea tipologie de valori: teoretice, economice, estetice, sociale, politice şi religioase.

Ipoteza 1. Dacă subiecții evaluează persoane-stimul reale, ei vor subestima comportamentul prosocial al acestora. Dacă subiecții de experiment evaluează persoane-stimul abstracte, atunci vor subestima comportamentul prosocial al acestora în mai mică măsură decât în cazul evaluării persoanelor stimul reale.

Testul PONS – o variabilă care măsoară abilitatea generală a subiecților de a decodifica elemente nonverbale. Robert Rosenthal, Judith A. Hall, M. Robin DiMateo, Peter L. Rogers şi Dane Archer au derulat, în anii '70 -'80, un program de cercetare pentru a standardiza un instrument care să măsoare acuratețea indivizilor în interpretarea elementelor nonverbale transmise prin intermediul feței, corpului, sau prin inflexiunile vocii. A rezultat testul PONS (Robert Rosenthal *et al.*, 1979), prezentat pe larg în Capitolul 4 al acestei lucrări, primul instrument de măsurare a diferențelor individuale privind competența în comunicarea nonverbală care are în vedere, simultan, mai multe canale de comunicare.

Pentru experimentele descrise în continuare am ales varianta *Face and Body PONS* (măsoară competența în comunicarea nonverbală la nivelul canalului vizual), care se prezintă sub forma unui film alb-negru în care o persoană-stimul (o femeie tânără) exprimă 20 de situații cu intensitate emoțională diferită, de la emoții puternice (de exemplu, amenințarea cuiva) la emoții subtile (de exemplu, dragoste maternă). În ce priveşte validitatea acestui test, corelația între scorurile obținute de subiecți la *Face and Body PONS* şi PONS în variantă completă a fost de 0,50, semnificativă din punct de vedere statistic (R. Rosenthal *et al*, 1979, 53).

Robert Rosenthal şi colaboratorii săi au cercetat relațiile dintre testul PONS şi caracteristicile socio-demografice ale subiecților, cu un spectru larg de variabile cognitive şi au pus în evidență diferențe culturale. Rezultatele privind corelația dintre testul PONS (ca instrument de măsurare a competenței nonverbale) şi teste specifice de măsurare a competențelor verbale nu au fost concludente. În plus, complexitatea cognitivă a subiecților nu a corelat semnificativ cu rezultatele obținute de aceştia la testul PONS. În schimb, indivizii extraverți

exprime motivele care au generat aceste evaluări sau elementele nonverbale pe care le-au avut în vedere (Nalini Ambady, 2000, 231). Evaluarea celorlalți pe baza *thin slices* pare a fi un proces natural, implicit, euristic care se originează în „încrederea în intuiție“ .

> **Ipoteza 3**. Cele două moduri de procesare a informației (analitic şi respectiv experențial) sunt mediatori ai acurateții indivizilor în evaluarea comportamentului prosocial al persoanelor stimul, pe baza *thin slices*. Dacă subiecții obțin scoruri ridicate pe scala REI (respectiv itemii care se referă la încrederea în intuiție), atunci vor avea performanțe mai ridicate în estimarea comportamentului prosocial al persoanelor stimul.

Rolul stimulării financiare. Ne putem întreba cum se modifică evaluările subiecților privind persoanele stimul, când sunt stimulați financiar. Şi, mai general, dacă stimulările financiare au vreo influență asupra performanțelor subiecților participanți într-un experiment. Există opinii divergente cu privire la modificările posibile ale performanțelor subiecților, când aceştia stiu că vor obține bani pentru răspunsurile corecte (R. Hertwig, A. Ortmann, 2001). Tema devine destul de provocatoare, fiind foarte puțin abordată în literatura psihosociologică, paradoxal acolo unde experimentul este considerat „metodă regală“. În timp ce economiştii[1] par a fi de acord că stimularea financiară duce la creşterea performanțelor subiecților, psihologii îi acordă mai puțină atenție, susținând că subiecții trebuie să fie intrinsec motivați să performeze sarcinile din cadrul experimentelor (C.F. Camerer, 1995). De fapt, lipseşte o teorie coerentă care să explice influența stimulării financiare în cercetarea experimentală.

Unii autori (M.R. Lepper *et al.*, 1973) sunt de părere că banii obținuți de subiecți au efect negativ asupra motivației

1 Economiştii susțin că atunci când subiecții nu sunt stimulați financiar, nu vor investi suficient efort cognitiv în rezolvarea sarcinilor şi nici nu vor acorda suficientă atenție posibilelor erori (cf. R. Herwig şi A. Ortmann, 2001, 391).

scăzută de cogniție care se bazează pe scheme şi prototipuri în procesarea informației, aşa-numiții „leneşi cognitivi" (*cognitive misers*) şi (2) indivizi cu nevoie ridicată de cogniție care sunt pregătiți să investească efort în procesarea informației.

John T. Cacioppo şi Richard E. Petty (1982) au pus în evidență faptul că nevoia de cogniție corelează slab cu inteligența verbală, curiozitatea şi dorința de succes, dar au ignorat rolul intuiției în procesarea informației. Ca răspuns la această critică, Seymour Epstein şi colaboratorii dezvoltă „modelul selfului bazat pe cogniție versus intuiție" (*Cognitive-Experiential Self-Theory,* CEST*,* 1990, 1996), susținând că indivizii procesează informația folosind interactiv două sisteme paralele: un sistem rațional şi unul experențial. Sistemul rațional operează la nivel conştient, fiind analitic, intenționat, îndeosebi verbal şi lipsit de afectivitate. Sistemul experențial este considerat „automat, preconştient, holist, bazat pe asociații, îndeosebi nonverbal şi încărcat de afectivitate" (S. Epstein *et al.*, 1996, 391). Unii dintre noi se bazează mai mult pe unul dintre cele două sisteme, dar caracteristicile situației au un rol important în selectarea sistemului de procesare a informației. Seymour Epstein subliniază valoarea adaptativă a procesării experențiale a informației (îndeosebi imagistică nonverbală) de-a lungul procesului evoluției speciei umane. Astfel, construieşte Inventarul Rațional-Experențial (*Rational-Experiential Inventory,* REI) pentru a măsura cele două moduri de procesare a informației. REI cuprinde itemi selectați din Scala Nevoii de Cogniție (*Need For Cognition Scale,* NFC) propusă de John T. Cacioppo şi Richard E. Petty (1982) şi itemi referitori la intuiție (*Faith in Intuition Scale*, FI). Rezultatul este o scală cu 31 de itemi, utilizată pentru a distinge între gândirea rațională şi cea intuitiv-experențială, cuprinzând şi o variantă redusă – cu zece itemi (vezi Anexa 3). Aceasta din urmă corelează puternic cu scalele originale (NFC: $r = 0,90$, $p < 0,001$; FI: $r = 0,85$, $p < 0,001$).

Când analizează persoanele stimul pe baza *thin slices*, indivizii apelează la „evaluări afective care se produc rapid, fără o procesare conştientă". Mai mult, au dificultăți să

solicitați să completeze un chestionar de evaluare al persoanelor-stimul şi să-şi exprime propriile alegeri într-o situație de tip *trust game*. Studenții au fost recrutați aleator din cantina Facultății de Sociologie, Psihologie şi Pedagogie a Universității Groningen şi au primit cinci Euro pentru participarea la experiment, indiferent de alegerile făcute (fondurile necesare cercetării au fost asigurate de bursa „Marie Curie", pe perioada celor 12 luni petrecute de mine la Universitatea Groningen).

Designul experimentului este de tip 2 (ordinea în cadrul *trust game*: subiecții realizează mai întâi propriile alegeri în *trust game,* atât ca Persoane A cât şi ca Persoane B, fiind rugați, ulterior, să evalueze comportamentul persoanelor stimul *versus* evaluatorii, estimează mai întâi comportamentul persoanelor stimul în situația dilematică dată şi realizează ulterior propriile alegeri în *trust game*) X (subiecții sunt remunerați pentru performanțele lor în evaluarea comportamentului persoanelor stimul *versus* nu există o remunerare financiară suplimentară, indiferent de performanțele obținute) X (ordinea prezentării persoanelor stimul: crescătoare *versus* descrescătoare).

Materiale utilizate

Înregistrarea video a persoanelor stimul. Cincizeci şi şase de studenți: 30 de sex masculin şi 26 de sex feminin, de la Universitatea Groningen, Olanda (Facultatea de Biologie şi Facultatea de Management) au fost rugați să noteze propriile opțiuni, ca Persoane A şi Persoane B, în *trust game* şi respectiv în *dictator game*. Alegerile individuale au fost înregistrate şi fiecare a primit un cod. Ulterior, aceiaşi subiecți au fost filmați într-un context în care vorbeau despre ei înşişi, timp de două minute, în fața camerei de luat vederi[1]. Am considerat acest

1 James M. Dabbs et al. (2003) au utilizat acelaşi procedeu, demonstrând că „gradul de deschidere al unei persoane spre ceilalți" este evaluat cu acuratețe ridicată, conform paradigmei thin slices, când persoanele stimul au fost rugate să vorbească despre sine în fața camerei de luat vederi.

intrinseci, în timp ce alții (R. Eisenberg şi J. Cameron, 1996) nu au găsit suport empiric pentru a susține o astfel de afirmație. Ralph Hertwig şi Andreas Ortmann (2001) au analizat studiile pe această temă, publicate în jurnale de specialitate, trasând disputa în favoarea stimulării financiare care reduce substanțial variabilitatea datelor şi aduce performanțele subiecților mai aproape de predicțiile modelelor teoretice. Conform analizei celor doi cercetători elvețieni, în majoritatea cazurilor, banii primiți de subiecți le-au îmbunătățit performanțele şi i-au determinat să investească un efort cognitiv mai mare, renunțând la scurtături mintale, aşa cum prevedeau economiştii. De aceea, este interesant dacă stimularea financiară a subiecților interacționează cu scorurile obținute de aceştia pe scala „nevoii de cogniție" (NFC, J.T. Cacioppo şi R.E. Petty, 1982) şi dacă cele două moduri de procesare a informației sugerate de Seymour Epstein *et al.* (1996) – analitic şi experențial – sunt influențate de stimularea finaciară.

Ipoteza 3 susține că subiecții care „cred în intuiție" vor dovedi o competență mai ridicată în evaluarea persoanelor stimul, comparativ cu subiecții care „au nevoie de cogniție". Atunci, prezența stimulării financiare, dacă reclamă într-adevăr necesitatea unui efort cognitiv suplimentar, aşa cum argumentează Ralph Hertwig şi Andreas Ortmann, poate modifica acuratețea predicțiilor, interacționând cu modul de procesare a informației preferat de subiect.

> **Ipoteza 4**. Dacă subiecții de experiment sunt stimulați financiar, asta va influența modul în care procesează informația, determinând creşterea acurateței predicțiilor privind comportamentul prosocial al persoanelor stimul.

Experimentul 1

Metoda

Participanții şi design-ul experimental. Patruzeci şi cinci de studenți de la Universitatea Groningen, din Olanda, 23 de sex feminin şi 22 de sex masculin au participat la experiment, fiind

Mai întâi estimarea persoanelor stimul	5	7	5	8

Subiecții au fost informați că vor lua parte la un studiu privind comunicarea nonverbală şi, pentru ca alegerile lor să rămână confidențiale, au fost rugați să completeze un cod individual:

Înainte de a completa următorul chestionar, am dori ca fiecare participant să aibă un cod. Rolul acestui cod este acela de a vă asigura că alegerile voastre se desfăşoară în condiții de total anonimat
Codul cuprinde trei părți:
Partea 1 este formată din primele două litere din prenumele mamei dvs.
(spre exemplu, dacă numele mamei dvs.este Sandra, prima parte a codului va fi **SA**)
Partea 2 este formată din cifrele corespunzătoare lunii în vare v-ați născut
(spre exemplu, dacă v-ați născut în iunie, partea a doua a codului dvs. va fi **06**)
Partea a treia este formată din primele două litere ale prenumelui tatălui dvs.
(spre exemplu, dacă prenumele tatălui dvs. este Henk, partea a treia a codului va fi **HE**)
Codul meu pentru experiment este:
___ ___ (primele două litere din prenumele mamei)
___ ___ (luna în care v-ați născut)
___ ___ (primele două litere din prenumele tatălui)

Douăzeci de subiecți (aproximativ jumătate) au notat propriile alegeri în *trust game*, fiind rugați să estimeze şi care au fost alegerile celorlalți participanți la experiment („alții abstracți") în poziția Persoanelor A şi B, pentru această situație dilematică[1]. Ulterior, cei douăzeci de participanți au trebuit să estimeze comportamentul persoanelor stimul în *trust game* şi, de asemenea, în poziția Persoanei B. După fiecare dintre cele 56 de persoane-stimul, am lăsat subiecților zece secunde pentru a nota evaluările, iar vizualizarea persoanelor stimul s-a făcut în ordine crescătoare (de la persoana-stimul 1 la persoana-stimul 56) pentru jumătate dintre participanți şi, respectiv,

1 Am măsurat estimările subiecților cu privire la comportamentul „altora abstracți" prin întrebarea „Cum credeți că au împărțit banii ceilalți participanți la acest experiment, în poziția persoanei A?" Răspunsurile trebuiau să fie exprimate procentual, iar suma procentelor să fie 100 %.

context ca relevant pentru caracteristica supusă evaluării (comportamentul acestora în situațiile dilematice prezentate), deşi valoarea evaluărilor poate fi diferită când persoanele stimul sunt privite în situații de interacțiune, spre exemplu atunci când sunt implicate într-o acțiune de grup sau de tip diadă[1]. Subiecții au fost filmați din acelaşi unghi la nivelul feței şi bustului, în poziția stând. Materialul a constituit baza unui *mastertape* (casetă video prelucrată), care cuprinde primele 20 de secunde din materialul filmat pentru fiecare dintre cei 56 de subiecți, prezentați într-o ordine aleatoare. În plus, am creat o casetă video similară, în care persoanele stimul sunt prezentate în ordine inversă, pentru a controla influența ordinii prezentării subiecților asupra evaluărilor obținute.

Procedura

Subiecții participanți la experiment au fost distribuiți în grupuri de 5-8 persoane, conform condițiilor experimentale propuse. *Design*-ul experimentului de tip 2 X 2 X 2 a permis investigarea a opt grupuri experimentale, numărul de persoane din fiecare grup experimental fiind redat în Tabelul 5.10.

Tabelul 5.10. Prezentarea grafică a schemei experimentale pentru Experimentul 1

	Cu stimulare financiară		Fără stimulare financiară	
	1 - 56	56 - 1	1 - 56	56 - 1
Mai întâi *trust game*	5	5	5	5

1 David A. Kenny şi Deborah A. Kashy (1994) au arătat că acuratețea predicțiilor, conform paradigmei thin slices, creşte când persoanele stimul sunt observate în grupuri, comparativ cu situația în care acestea sunt observate în diade.

În acelaşi timp, unii subiecți au fost stimulați financiar să identifice comportamentul cât mai multor persoane-stimul:

Încercați să estimați comportamentul persoanelor stimul cât se poate de corect. În acest scop: ➢ Pentru fiecare persoană pe care o estimați corect, vom aduna 0,50 Euro, bani pe care îi veți primi în plus, la finalul acestui experiment. ➢ Pentru fiecare persoană al cărui comportament nu îl estimați corect, vom scădea 0,50 Euro din banii pe care îi veți primi în plus, la finalul acestui experiment. Totuşi, în cazul în care aveți mai multe estimări incorecte decât corecte, nu va trebui să dați bani înapoi. Această sarcină este menită să vă ajute să câştigați bani în plus, față de cei 5 Euro primiți pentru participarea la experiment.

De asemenea, întrebări privind atractivitatea, dificultatea şi motivația față de sarcină au fost adresate subiecților, la sfârşitul chestionarului, urmărind în ce fel stimularea financiară a contribuit la modificarea percepțiilor față de sarcinile solicitate în cadrul experimentului. În plus, subiecții au trebuit să estimeze numărul de persoane-stimul al cărui comportament consideră că l-au evaluat corect.

Analiza rezultatelor obținute

Comportamentul subiecților în cadrul trust game, în poziția Persoanei B. Subiecții au ales, în proporție de 81, 8% să împartă banii în mod egal cu Persoana A, păstrând doar 10 Euro pentru ei înşişi. Doar 8 subiecți (4 de sex masculin şi 4 de sex feminin) au acționat conform logicii economice, păstrând întreaga sumă de 20 de Euro. Nu au existat diferențe de gen în ce priveşte alegerile subiecților ca Persoane B. Rezultatele sunt consistente cu cele obținute în cercetări similare (D.M Kreps, 1990; C.F. Camerer, 1995; D. Fetchenhauer şi B.P. Buunk, 2003; T. Kiyonari *et al.*, 2006) care au folosit *trust game* pe categorii diferite de populație şi au obținut peste 70% - procentul celor care aleg o „logică a sentimentelor“ în detrimentul celei economice. Trebuie să subliniem că, din punct de vedere rațional, subiecții nu au niciun motiv să împartă banii cu Persoana A, pe care nu o cunosc şi nici nu vor ajunge să

descrescătoare, pentru cealaltă jumătate (de la persoana-stimul 56 la persoana-stimul 1), controlând astfel ordinea prezentării persoanelor stimul. De asemenea, subiecții au trebuit să răspundă cât de greu le-a fost să estimeze comportamentul fiecărei persoane-stimul, pe o scală de şapte trepte, (unde „1“ = „foarte uşor“ la „7“ = „foarte greu“).

Ceilalți douăzeci şi cinci de subiecți au fost rugați mai întâi să estimeze comportamentul persoanelor-stimul (10 subiecți – când persoanele stimul erau prezentate în ordine crescătoare şi 15 subiecți – în situația prezentării persoanelor stimul în ordine descrescătoare) şi apoi să-şi exprime propriile opțiuni în *trust game* şi să evalueze comportamentul „altora abstracți“.

Am însoțit prezentarea situației dilematice de o serie de întrebări de control care vizau înțelegerea completă a oportunităților şi limitările create de *trust game*. Am eliminat singurul subiect care nu a răspuns corect întrebărilor de control, asigurându-ne prin aceasta că cei 44 de subiecți rămaşi şi-au exprimat opțiunile după o înțelegere corectă a situației.

Valoarea procedurii experimentale este dată de faptul că subiecții au trebuit să se raporteze la persoanele stimul ca într-o situație de interacțiune reală. Fiecare subiect primea cinci Euro pentru participarea la experiment şi următoarele instrucțiuni:

După vizionarea fiecărei persoane-stimul va trebui să indicați ce veți face în poziția Persoanei A şi va trebui să decideți dacă veți da cei 5 Euro persoanei stimul vizionate sau veți păstra aceşti bani, pentru a fi mai sigur. Astfel, tu vei fi Persoana A şi persoana-stimul va fi Persoana B, din situația descrisă anterior. Acesta înseamnă că: ➢ Dacă decizi să păstrezi cei 5 Euro, vei avea, în final 5 Euro, iar persoana-stimul va avea 0 Euro ➢ Dacă decizi să dai cei 5 Euro persoanei stimul şi aceasta, la rândul ei, decide să împartă banii în mod egal cu tine, ambii veți obține 10 Euro. ➢ Dacă decizi să dai cei 5 Euro persoanei stimul şi aceasta, la rândul ei, decide să păstreze toți banii, vei avea 0 Euro, iar persoana-stimul 20 de Euro. Reamintim că aceste alegeri nu sunt ipotetice şi că experimentatorul va alege, în mod aleator, o persoană-stimul dintre cele urmărite, iar deciziile tale, în ce priveşte această persoană-stimul, se vor materializa în bani reali.

„Cât de dificil v-a fost să luați această decizie?“ – în poziția Persoanei B majoritatea subiecților a răspuns „deloc dificil“ (pe o scală de răspuns de la 1 la 7, valoarea modală a fost „1“ – „deloc dificil“, iar media = 2, 93).

Tabelul 5.11. Cât de dificil v-a fost să luați această decizie? (în poziția Persoanei B)

	Frecvență	Procente
1- deloc dificil	22	50,0
2	5	11,4
3	2	4,5
4	1	2,3
5	4	9,9
6	3	6,8
7- foarte dificil	7	15,9
Total	44	100

Cu toate acestea, există o diferență semnificativă în ce priveşte dificultatea decizională percepută (λ^2 (df= 6) 13,132, $p < 0,005$) între cei care aleg să împartă banii în mod egal, în poziția Persoanei B, şi cei care aleg să păstreze toți cei 20 de Euro, aceştia din urmă resimțind decizia ca fiind mai dificilă. Există o presiune normativă implicită de a adopta o logică a responsabilității în situația dată.

Şi totuşi, sunt subiecții conştienți de existența alternativelor în abordarea situației de tip *trust game*? Se poate argumenta că o astfel de situație, prin natura ei, activează automat o logică a sentimentelor în detrimentul unei logici a profitului, că face parte din grupul „declanşatorilor automați de comportament“ (cum îi numeşte Robert B. Cialdini, 1984/2004, pp.18-23, exemplificând cu sintagma „deoarece“ care creează automat acceptarea motivelor invocate de un solicitant). În fapt, rezultatele arată că subiecții sunt conştienți de existența alternativelor în abordarea situației date şi aleg, în mod deliberat, „să se simtă responsabili“ în defavoarea urmăririi profitului. Astfel,

o cunoască, interacționând cu aceasta doar prin intermediul experimentatorului. Acceptarea socială şi, respectiv, teama de a nu fi respinşi sau de „a nu rămâne în urmă“, despre care Solomon Asch (1956), Helbert C. Kelman (1958) şi, mai târziu, Robert B. Cialdini (1984/2004) sau Elisabeth Noelle Neumann (1980/2004) subliniau că este unul dintre cele mai importante mobiluri care dinamizează acțiunea umană, nu pot fi aduse aici în discuție. Modelul lui R.H. Frank, care stipulează o logică a sentimentelor, a angajării emoționale, pare o perspectivă mai plauzibilă pentru explicarea rezultatelor obținute. Aceasta, cu atât mai mult cu cât studiile anterior menționate au arătat că rezultatele nu se modifică semnificativ prin creşterea sumelor puse în joc (chiar şi în țări sărace unde 20 de Euro pot reprezenta o parte semnificativă a salariului mediu pe economie, subiecții au ales în proporție de peste 70% să împartă banii în mod egal, în poziția Persoanei B) şi că diferențele între diferite categorii de populație, deşi existente (ex. studenți la economie – socializați să aplice o logică a profitului, *versus* studenți la teologie – socializați să aplice o logică a întrajutorării umane), nu sunt de natură să inverseze raportul între *prosocials* şi *antisocials* (referindu-ne la tipurile de orientări social-valorice propuse de Paul A. Van Lange şi colaboratorii). Totuşi, cercetările recente (T. Kiyonari *et al.*, 2006) au pus în evidență diferențe culturale: americanii fiind mai înclinați decât japonezii să aibă încredere în Persoana B, dar japonezii dovedindu-se „mai de încredere“ decât americanii în returnarea banilor către Persoana A. Consider că aceste diferențe sunt determinate de promovarea unei „societăți a riscului“ în Statele Unite, unde este înalt dezirabil social ca indivizii să-şi asume riscuri pentru a dovedi că sunt „în formă“, după cum vom discuta în continuare.

Am putea crede că în cazul *trust game,* indivizii trăiesc o situație de conflict intern, întrebându-se dacă să aleagă o logică a profilului sau una a întrajutorării şi că, la final, majoritatea decide să răsplătească Persoana A care a avut încredere în ei (cedându-le banii şi sperând într-un câştig mai mare). De fapt, lucrurile stau cu totul altfel, fiindcă întrebați fiind

elementelor dispoziționale, în defavoarea celor situaționale (t (44) = 15,132 p < 0,000).

Tabelul 5.13. Atribuirile realizate de subiecți privind decizia luată ca Persoane B

	Comportamentul meu a fost determinat în principal de caracteristicile situației	Comportamentul meu a fost determinat în principal de caracterul şi personalitatea mea
N	44	44
Medie	4,00	5,11
Mediană	4,00	6,00
Mod	5	7

Fritz Heider (1958) vorbea despre tendința subiecților de a interpreta comportamentele celorlalți prin prisma factorilor dispoziționali, fenomen numit eroare fundamentală de atribuire, însă nu specifica existența aceleaşi tendințe în evaluarea propriului comportament. Edward E. Jones şi Richard Nisbett (1972) au demonstrat experimental că, în calitate de actori, vom face predominant atribuiri situaționale, iar în calitate de observatori, predominant atribuiri dispoziționale. În experimentul prezentat aici, subiecții au tins să facă atribuiri dispoziționale (Tabelul 5.13), deşi aflați în poziția de actori, dar acest lucru se poate explica prin efectul egocentric. Dat fiind faptul că 80% dintre subiecți au ales să împartă banii în mod egal, ca Persoane B, autoatribuirile s-au realizat, mai ales în termeni de cauze dispoziționale şi probabil ar fi fost invers, dacă majoritatea subiecților ar fi ales să păstreze cei 20 de Euro, ca Persoane B.

Prezența efectului egocentric este susținută şi de atribuirile, predominant situaționale, ale subiecților participanți la experiment care au ales, în poziția Persoanei B, să nu împartă banii

am întrebat subiecții aflați în poziția Persoanei B: „Indiferent de decizia aleasă, în ce măsură vă vedeți alegând cealaltă alternativă?“ De data aceasta răspunsurile s-au distribuit uniform, de-a lungul scalei cu 7 variante de răspuns (1 – „în foarte mică măsură“, 7 – „în foarte mare măsură“), descriind aproape o curbă normală (media =3, 84, mediana = modul = 4)

Tabelul 5.12. În ce măsură vă vedeți alegând cealaltă alternativă? (în poziția Persoanei B)

	Frecvență	Procente
1- în foarte mică măsură	8	18,2
2	8	18,2
3	2	4,5
4	9	20,5
5	7	15,9
6	2	4,5
7- în foarte mare măsură	8	18,2
Total	44	100

Aceste date conduc la ideea că subiecții, chiar aflați într-un conflict decizional, rezolvă situația dilematică prin apelul la o logică a sentimentelor, alegând „fără dificultate“ să împartă banii cu Persoana A.

Desigur că o variantă simplă pentru confirmarea acestor rezultate ar putea fi intervievarea directă a subiecților participanți la experiment: ce anume i-a determinat să aleagă să împartă banii în mod egal, în poziția Persoanei B? Prin intervievarea subiecților însă, se obțin adesea raționalizări *post factum* ale propriului comportament şi intră în acțiune erori de atribuire, studiate în literatura psihosociologică (vezi E. Zamfir, 2005, pp. 10-12 şi A. Moldoveanu, 2006, pp. 205-212). Astfel, întrebați fiind dacă decizia lor a fost determinată „în principal de situație“, sau „în principal de personalitatea şi caracterul lor“, subiecții au tins să atribuie în mai mare măsură propriul comportament personalității şi caracterului, adică

2007, 10), în sensul că participanții la experiment se raportează la cadrul de referință reprezentat de alegerile estimate ale celorlalți. Într-adevăr, există diferențe semnificative ($r = 0,315$, $p < 0,037$) între evaluările subiecților care aleg să urmeze o logică a profitului şi cele ale celor care urmează o logică a sentimentelor, în sensul că aceştia din urmă subestimează în mai mică măsură comportamentul prosocial al celorlalți. Aceasta înseamnă că subiecții care urmăresc o logică a profitului acționează contra-adaptativ pe timp îndelungat, investind mai puțină încredere în ceilalți, comparativ cu cei care urmează o logică a sentimentelor, bucurându-se de profituri mai scăzute în situații de interdependență ce reclamă reciprocitate.

Tabelul 5.14. Estimările comportamentului celorlalți participanți la experiment, în funcție de alegerile individuale, în poziția Persoanei B.

	Alegerile subiectului	N	Media	Ab. standard	Ab. standard medie
Comportamentul estimat al celorlalți participanți...% au dat 10 Euro Persoanei A	păstrează 20 de Euro	8	33,13	20,863	7,376
	dă 10 euro Persoanei A	36	53,19	24,441	4,073
Comportamentul estimat al celorlalți participanți... % au păstrat cei 20 Euro	păstrează 20 de Euro	8	66,88	20,863	7,376
	dă 10 euro Persoanei A	36	46,81	24,441	4,073

Rezultatele susțin concluziile lui R.H. Frank (1988) – merită să acorzi ajutorul celorlalți şi poate să fie mai profitabil un astfel de comportament decât acțiunile egoiste, atâta timp cât majoritatea celorlalți urmează o logică a sentimentelor.

în mod egal. Subiecții care au aplicat logica profitului, în situația de tip *trust game*, au tins în mai mare măsură să atribuie propriul comportament factorilor situaționali (media = 5,25) şi în mai mică măsură factorilor dispoziționali (media = 4,50).

Eroarea onestității. Estimarea comportamentului celorlalți participanți la experiment, în poziția Persoanei B. Am comparat alegerile subiecților, în poziția Persoanei B, cu estimările individuale realizate de aceştia, cu privire la comportamentul celorlalți participanți la experiment. Concret, am urmărit evidențierea efectului *holier than thou* (N. Epley şi D. Dunning, 2000) conform căruia indivizii se consideră, în general, mai cinstiți, mai morali decât ceilalți. Studii precedente (D.M. Messick, S. Bloom, J.P. Boldizar şi C.D. Samuelson, 1985; S. Chelcea, 1999) au pus, de asemenea, în evidență această tendință de a ne considera mai buni decât ceilalți numind-o „eroarea onestității".

Prezenta cercetare se diferențiază de altele similare prin faptul că subiecții au fost rugați să estimeze comportamentul „altora concreți", care se aflau în aceeaşi situație dilematică. Şi într-adevăr, în timp ce 81,8% dintre subiecții de experiment (36 dintre cei 44 de participanți) au ales să împartă banii în mod egal, aceştia au subestimat semnificativ procentul celor cu orientare prosocială, evaluând în medie că doar 49,5% (valoarea modală = 40) dintre ceilalți participanți vor împărți banii în mod egal cu Persoana A. Efectul *holier than thou* „lucrează" în defavoarea subiecților – îi face puțin încrezători în alții, ceea ce reduce simțitor eventualele profituri care ar putea rezulta în situații ce reclamă reciprocitate.

Subiecții subestimează diferit comportamentul celorlalți ca Persoane B, în funcție de alegerile pe care le fac ei înşişi în *trust game*. Funcționează astfel mecanismul proiecției: cei care nu vor împărți banii în mod egal cu Persoana A, vor tinde să subestimeze mai mult comportamentul prosocial al celorlalți participanți la experiment, comparativ cu cei care vor acționa conform logicii reciprocității. Dar, între individ şi ceilalți participanți se stabileşte şi un tip de „relație referențială" (E. Zamfir,

celorlalți, spre deosebire de grupul „altruiştilor“, care pot înregistra diferențe superioare *within the group* în evaluarea încrederii unor persoane-stimul.

Tabelul 5.15. Dificultatea percepută în evaluarea comportamentului celorlalți participanți, în funcție de alegerile individuale în poziția Persoanei B.

Cât de dificil a fost să estimați comportamentul celorlalți participanți?	Comportamentul subiecților, în poziția Persoanei B	
	Păstrează 20 de Euro	Dau 10 euro Persoanei A
1- deloc dificil		6
2		8
3	2	7
4		1
5	4	4
6	1	5
7- foarte dificil	1	5
Total (N)	8	36
Media	4,88	3,67
Ab. Standard	1,356	2,125

Am demonstrat că subiecții au tins să subestimeze comportamentul prosocial al celorlalți participanți la experiment, însă este interesant dacă au făcut aceasta şi cu referire la persoanele stimul („alții concreți“). În poziția Persoanei B, dintre cele 56 persoane-stimul doar 10 (18%) au ales să nu împartă banii cu Persoana A, restul de 46 (82%) dovedind o orientare valorică prosocială. Un procent similar (81,8%) dintre persoanele participante la experiment au preferat să împartă banii în mod egal, în poziția Persoanei B, ceea ce susține încă o dată ideea superiorității numerice a grupului „altruiştilor“ față de

Deşi efectul *holier than thou* a fost pus deja în evidenţă de numeroase studii experimentale, totuşi puţine cercetări au încercat să diferenţieze intensitatea acestui efect în funcţie de caracteristici individuale. Comportamentul real al subiecţilor, în situaţii care reclamă reciprocitate, poate fi un predictor important pentru intensitatea efectului *holier than thou*, aşa cum arată experimentul de faţă: mecanismul proiecţiei există, iar subiecţii cu orientare valorică egoistă sunt cei care experimentează o eroare a onestităţii mai accentuată decât cei cu orientare valorică prosocială.

Această diferenţă apare şi în dificultatea de a evalua comportamentul celorlalţi participanţi, aşa cum putem vedea în Tabelul 5.15. Deşi nu există o diferenţă semnificativă statistic între media dificultăţii percepute (în evaluarea comportamentului celorlalţi, pe o scală de la „1" – „deloc dificil", la „7" – „foarte dificil") între grupul celor care aleg să împartă banii în mod egal şi grupul celor care aleg să ţină banii pentru ei, în poziţia Persoanei B ($t(44) = 1{,}530$, $p = 0{,}133 > 0{,}05$), există totuşi diferenţe semnificative în ce priveşte variaţia răspunsurilor celor două grupuri de subiecţi ($F(2, 44) = 7{,}029$, $p < 0{,}011$). Testul Levene pentru stabilirea diferenţelor de varianţă arată o concentrare a răspunsurilor celor care aleg să nu împartă banii în mod egal în zona „dificultăţii maxime" de estimare a comportamentului celorlalţi participanţi la experiment (ca Persoane B), în timp ce răspunsurile celor care aleg să împartă banii în mod egal, au abateri standard superioare cu aproape o unitate (2,135 faţă de 1,356). Ca urmare, nu numai efectul *holier than thou* este mare mare în cazul grupului numit generic „egoişti", dar există şi o convergenţă a răspunsurilor subiecţilor din acest grup către a considera dificilă evaluarea comportamentului celorlalţi participanţi la experiment în poziţia Persoanei B. De aceea, putem presupune că, în cadrul acestui grup, nivelul de încredere în ceilalţi este omogen mai scăzut şi că vor exista puţine diferenţe în interiorul grupului în ce priveşte estimarea comportamentelor unor persoane-stimul, într-o situaţie ce reclamă încredere – din moment ce percep ca dificilă evaluarea comportamentului

arătând, din primul moment, că „sunt de încredere“, altfel vor eşua în a obține rezultatele dorite.

Comportamentul subiecților în cadrul trust game, în poziția Persoanei A. Subiecții au ales, în proporție de 63,6% (28 dintre participanți) să dea banii Persoanei B, asumându-şi practic riscul de a pierde întreaga sumă, dacă B alegea să păstreze cei 20 de Euro. În poziția Persoanei A, subiectul trăieşte o stare de incertitudine. Este vorba atât de „raportul între cantitatea şi calitatea cunoştințelor necesare luării unei decizii şi cunoştințele pe care decidentul le deține deja“, situație numită de Cătălin Zamfir (2005, 47-48) „incertitudine obiectivă“, cât şi de „percepția pe care decidentul o are asupra gradului său de certitudine/incertitudine“, adică „incertitudine subiectivă“, termen propus de acelaşi autor.

Cu alte cuvinte, decizia Persoanei A ar fi mai puțin marcată de incertitudine, din punct de vedere obiectiv, dacă ar cunoaşte faptul că majoritatea subiecților, în poziția Persoanei B, împart banii în mod egal. Chiar în situația în care ar dispune de o asemenea informație ar rămâne o stare de incertitudine subiectivă: dacă, în cazul meu, voi avea de-a face cu o persoană egoistă. Este subiectul dispus să-şi asume riscul?

În ce priveşte capacitatea indivizilor de asumare a riscului, există două paradigme concurente: prima, asociază asumarea riscului cu faptul că indivizii aşteaptă câştiguri superioare (D. Kahneman, P. Slovic şi A. Tversky, 1982), iar cea de a doua pleacă de la premisa că subiecții valorizează experiența însăşi a asumării riscului mai mult decât rezultatul final al acesteia: câştiguri superioare (J. Short, 1984). În cea de a doua abordare, probabilitatea asumării riscului este pusă pe seama predispozițiilor legate de personalitatea indivizilor implicați.

Faptul că asumarea riscului este un aspect legat de personalitate domină literatura psihosociologică, de aici divizarea indivizilor în *risk-takers* şi *risk-aversive*[1], după acelaşi model de care vorbim de introverți şi extraverți. Termeni ca *stress-se-*

1 Persoane care îşi asumă riscul, respectiv persoane care evită riscul.

cel al „egoiştilor“, indiferent de eşantioanele considerate şi ne poate da chiar o estimare procentulă a dimensiunii primei categorii, în jurul valorii de 80%.

Subiecții de experiment au apreciat în medie că 24 dintre persoanele stimul prezentate (42,8 %) vor avea orientare valorică de tip prosocial, un procent inferior estimării comportamentului „altora abstracți“, confirmând astfel prima ipoteză formulată aici. Subiecții subestimează cel puțin în aceeaşi măsură comportamentul prosocial al „altora concreți“, comparativ cu „alții abstracți“ (într-o situație cu expunere limitată).

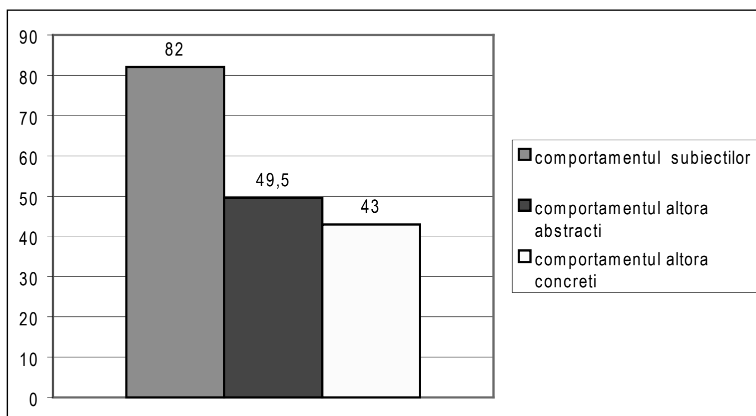


Fig. 5.1. Efectul *holier than thou* în evaluarea celorlalți participanți la experiment *versus* evaluarea unor persoane-stimul concrete într-o situație de expunere limitată („alții abstracți“ *versus* „alții concreți“)

Rezultatele prezentate în Figura 5.1 susțin Ipoteza 1, respectiv subestimarea comportamentului prosocial al „altora concreți“ în mai mare măsură decât al „altora abstracți“, într-o situație de tip *trust game*. Dacă într-adevăr subiecții devin mai sceptici când se confruntă cu ceilalți, în situații de interacțiuni limitate, înseamnă că există o presiune puternică, asupra indivizilor să transmită despre ei semnale corespunzătoare,

obținere a unor câştiguri suplimentare. Aceasta, cu atât mai mult cu cât subiecții folosiți de Detlef Fetchenhauer erau colegi de grupă şi deci se cunoşteau bine între ei, în timp ce majoritatea subiecților din acest experiment nu se cunoşteau între ei (chiar pentru grupurile unde doi participanți se cunoşteau deja, existau alți subiecți necunoscuți, încât un conformism valoric este greu de presupus). În plus, cercetările moderne privind asumarea riscului, nuanțează rezultatele obținute de Michael A. Wallach, Nathan Kogan şi Roger B. Burt. Normele relevante pentru un anume grup favorizează sau nu asumarea riscului: grupul îşi asumă în mai mare măsură riscuri în funcție de problema pusă în discuție, valorile unui grup putând determina un nivel superior al riscului sau, dimpotrivă un comportament prudent, conservator. Iar valorile devin mai pregnante pe măsură ce nivelul de cunoaştere între membrii grupului creşte (R. E. Magnan, W.B. Hinsz, 2005). Aşadar, la un nivel de intercunoaştere minimă, cu numeroşi subiecți care nu se cunoşteau între ei în grupurile experimentale şi fără posibilitatea de a discuta între ei, este greu de presupus că procentul celor care şi-au asumat riscul, 63,6%, este datorat unui proces de normativizare *ad-hoc*.

Literatura de specialitate prezintă femeile ca evitând riscul în mai mare măsură decât bărbații (M.A. Wallach, N. Kogan, R.B. Burt, 1967; G.M. Zinkhan şi K.W. Karande, 1990; M.S. Horswill şi F.P. McKenna, 1999). Chiar dacă eşantionul prezentului experiment a fost redus numeric, nepermițând obținerea unor diferențe de gen semnificative din punct de vedere statistic, numărul subiecților de sex feminin care au preferat să păstreze banii, în poziția Persoanei B, a fost superior celui al subiecților de sex masculin. Diferența de doar doi subiecți, între cele două grupuri de gen, nu permite însă formularea unei concluzii. Problema devine mai complicată, când analizăm datele celor mai recente cercetări (J. Parker şi H. Stanworth, 2005): diferențele de gen în asumarea riscului au scăzut de la studiile din perioada 1964-1980 la studiile din perioada 1981-1997, semn că paradigma asumării riscului ca predispoziție legată de personalitate se află în declin şi

ekers sau *sensation seekers*[1] sunt folosiţi în literatura de specialitate (S. Lyng, 1990, 853). Din aceeaşi perspectivă, cei care îşi asumă riscul sunt văzuţi ca persoane care doresc să deţină controlul asupra mediului înconjurător. Cercetările (M.A. Wallach, N. Kogan şi R.B. Burt, 1967) au arătat că subiecţii „dependenţi de câmp" îşi asumă în mai mare măsură riscuri, comparativ cu cei „independenţi de câmp", mai ales dacă au posibilitatea să discute între ei.

În experimentul de faţă, subiecţii au participat în grupuri de patru până la opt persoane şi au trebuit să răspundă individual tuturor întrebărilor, fără posibilitatea de a se consulta între ei. Totuşi, o limită binecunoscută a chestionarelor cu aplicare multiplă este „influenţarea reciprocă – voluntară sau involuntară – a subiecţilor", deşi sunt utilizate cu succes în mediile universitare, unde avem de a face cu studenţi, care sunt obişnuiţi cu astfel de practici experimentale (S. Chelcea, 2001/2007, 209). Rămâne întrebarea dacă subiecţii s-au influenţat reciproc în timpul experimentului, dat fiind că cercetările au arătat o mai mare tendinţă a grupului de asumare a riscului, comparativ cu individul aflat singur, responsabilitatea devenind difuză în cazul grupului, iar responsabilizarea personală pentru eşec reducându-se substanţial (M.A. Wallach, N. Kogan şi R.B. Burt, 1967). Grupul îşi asumă riscuri în mai mare măsură decât individul, indiferent de genul şi categoria de vârstă a membrilor săi şi indiferent de mărimea acestuia (J. Rabow, F.J. Fowler *et. al*, 1966, 18).

Într-un studiu care a avut la bază situaţia *trust game*, condus de Detlef Fetchenhauer (2003), folosind ca subiecţi studenţi de la Facultatea de Biologie a Universităţii Groningen, 89,2% şi-au asumat riscul şi au ales să dea banii Persoanei B. Faţă de acest rezultat, procentul de 63,6% obţinut aici este semnificativ mai scăzut, probabil datorită faptului că indivizii s-au influenţat reciproc mai puţin şi au perceput situaţia conform primei paradigme de asumare a riscului – ca modalitate de

1 Persoane în căutarea senzaţiilor tari, dispuse să-şi asume riscuri mai mari decât ceilalţi.

Subiecții au trebuit să evalueze în ce măsură decizia luată ca Persoane A a fost determinată „în principal de situație“ sau „în principal de personalitatea şi caracterul lor“. Observăm, din Tabelul 5.16, că subiecții care au ales să rişte, oferind banii Persoanei B, au evaluat în mai mare măsură că o astfel de decizie a fost determinată „în principal de personalitatea şi caracterul lor“ ($t (44) = 2, 217$, $p < 0,038$), comparativ cu subiecții care au ales un comportament prudent. În plus, nu au existat diferențe semnificative între grupul care alege să-şi asume riscul şi cel cu un comportament prudent, în ce priveşte atribuirea factorilor situaționali propriului comportament, ceea ce arată că într-adevăr subiecții valorizează pozitiv asumarea riscului, atribuindu-l unor factori legați de personalitate şi caracter.

Tabelul 5.16. Atribuirea propriului comportament, în funcție de alegerile individuale în poziția Persoanei A

	Alegerea subiectului	N	Media	Ab. standard
Comportamentul meu a fost determinat în principal de situație	păstrează cei 5 Euro	16	4,94	1,731
	dă cei 5 Euro Persoanei B	28	4,11	2,006
Comportamentul a fost determinat în principal personalitatea şi caracterul meu	păstrează cei 5 Euro	16	4,44	1,315
	dă cei 5 Euro Persoanei B	28	5,39	1,474

Efectul egocentric este numit în literatura de specialitate (D.T. Miller şi M. Ross, 1975; J.D. Brown, 1991) şi „atribuire asimetrică la sine“ sau „eroare de atribuire a rezultatelor

că elemente socio-culturale vin să explice tendința din ce în ce mai ridicată a femeilor de a-şi asuma riscuri de niveluri comparative cu cele ale bărbaților.

Subiecții care au ales să păstreze cei cinci Euro, în poziția Persoanei A au perceput decizia ca fiind mai dificilă (media = 3, 75) comparativ cu cei care au ales să dea banii Persoanei B (media = 2,54), diferența fiind semnificativă statistic (t (44) = 2,170, p < 0,036). Ne-am fi aşteptat ca decizia să fie mai dificilă pentru cei care aleg să dea banii Persoanei B, pentru că aceştia îşi asumă riscul pierderii sumei inițiale. Cercetări recente (S.L. Brown, 2005) arată că există percepții diferite asupra dimensiunii riscului ale celor care îşi asumă riscul față de cei care preferă un comportament prudent şi că, paradoxal, prima categorie evaluează nivelul riscului superior, comparativ cu subiecții din a doua categorie. Şi totuşi, expuneri succesive la risc descresc progresiv percepția individuală asupra nivelului acestuia.

A pierde cinci Euro reprezintă un risc cu implicații minore pentru individ (pentru eşantionul considerat), tipul de risc pe care subiecții cu predispoziții spre asumarea riscului îl experimentează în mai multe secvențe ale vieții cotidiene. De aceea probabil decizia acestora este semnificativ mai puțin dificilă decât decizia celor care aleg un comportament prudent. În plus, John Parker şi Hilary Stanworth (2005) susțin existența unei societăți a riscului (*risk society*), o abordare postmodernă a riscului care este asociat cu stări emoționale pozitive, cu ideea de „a fi în formă“. Simpatia față de asumarea riscului s-a regăsit şi la subiecții din acest experiment, sintagme ca „go for it“ sau „just do it“ care sunt, potrivit autorilor menționați, indicatori ai unei *risk society* utilizați de participanți.

Cea de a doua paradigmă a explicării asumării riscului ca experiență pozitivă care merită trăită, face din risc o tehnică de inovare comportamentală, de nonconformism. Experimentul nu a testat dacă într-adevăr cei mai puțin conformişti şi care tind spre un comportament de inovare într-o situație de normalizare sunt şi cei care au ales să dea cinci Euro Persoanei B, iar volumul redus al eşantionului nu permite formularea unor asemenea concluzii.

Tabelul 5.17 arată o diferență semnificativă între cei care au ales să-şi asume riscul pierderii întregii sume respectiv cei care au ales un comportament prudent (să păstreze cei cinci Euro), în ce priveşte estimarea asumării riscului de către ceilalți participanți la experiment. Subiecții care au ales să dea cei cinci Euro au estimat în medie că 58,39 % dintre ceilalți participanți la experiment vor face acelaşi lucru, în timp ce subiecții care au ales să păstreze banii au estimat în medie că 69, 38% vor face acelaşi lucru (respectiv, în medie doar 30,63 % îşi vor asuma riscul pierderii sumei inițiale).

Tabelul 5.17. Estimările comportamentului celorlalți participanți la experiment, în funcție de alegerile individuale, în poziția Persoanei A.

	Alegerea subiectului	N	Media	Ab. standard	Ab. standard medie
Comportamentul estimat al celorlalți participanți... % au păstrat cei 5 Euro	Păstrează cei 5 Euro	16	69,38	13,276	3,319
	dă cei 5 Euro Persoanei B	28	40,61	17,458	3,229
Comportamentul estimat al celorlalți participanți... % au dat 5 Euro Personei B	Păstrează cei 5 Euro	16	30,63	13,276	3,319
	dă cei 5 Euro Persoanei B	28	58,39	17,850	3,373

Mecanismul proiecției funcționează contraadaptativ şi în acest caz, pentru cei care tind să aibă un comportament prudent – aceştia estimează că şi ceilalți actori sociali vor acționa cu prudență şi astfel tind să piardă resurse în interacțiuni sociale ce reclamă asumarea riscului. Mai mult, subiecții din prima

pozitive şi negative relativ la sine“ (*self-serving attribution*, *self-serving bias in causal attribution*). Faptul că tindem să atribuim cauze interne succeselor noastre şi cauze externe eşecurilor poate fi observat la persoanele care îşi asumă riscul oferind cei cinci Euro Persoanei B şi se traduce prin aceea că subiecţii de experiment au valorizat asumarea riscului când rezultatele pot fi pozitive, confirmând poziţia lui John Parker şi Hilary Stanworth asupra riscului (2005), prezentată anterior.

Este interesant nu numai modul cum atribuie subiecţii asumarea riscului, într-o asemenea situaţie dilematică, ci şi cum apreciază comportamentul celorlalţi participanţi la experiment. Am arătat că, în poziţia Persoanei B, se manifestă eroarea onestitaţii sau *efectul holier than thou*, dar nu ştim dacă un asemenea efect se manifestă şi în poziţia Persoanei A, subiecţii subestimând nivelul de asumare a riscului pentru ceilalţi participanţi la experiment, relativ la sine. Scott T. Allison, David M. Messick şi George R. Goethals (1989) subliniau că nu toate trăsăturile pozitive sunt supuse erorii de subestimare a celorlaţi, exemplificând că acest lucru este valabil în cazul onestităţii dar nu şi în cazul inteligenţei (*efectul Muhamad Ali*). În opinia lui Mark D. Alicke (1985) dezirabilitatea unei trăsături şi controlabilitatea acesteia sunt elemente cheie ale apariţiei unei erori de subestimare a sinelui relativ la ceilalţi.

Din acest punct de vedere, asumarea riscului este o trăsătură înalt controlabilă de către individ şi putem presupune că este destul de dezirabilă social, aşa cum am arătat anterior (mai ales dacă acceptăm ideea de *risk society* propusă de John Parker şi Hilary Stanworth, unde asumarea riscului este asociată ideii de „a fi în formă“, de a avea un comportament de inovare socială). Şi într-adevăr, 63,6% dintre subiecţi au ales să-şi asume riscul pierderii întregii sume, având încredere în Persoana B, dar au estimat, în medie, că doar 48,3% dintre ceilalţi participanţi îşi vor asuma riscul în situaţia dată. Cu alte cuvinte, au supraestimat propriul comportament de asumare a riscului, relativ la ceilalţi după modelul *holier than thou*.

acestei paradigme experimentale fiind datorate, în principal, agregării datelor.

La nivel individual, am obținut o slabă acuratețe a subiecților în estimarea comportamentului altora concreți, în poziția Persoanei B. La nivel grupal, rezultatele arată un nivel al acurateței semnificativ din punct de vedere statistic ($r = 0,756$, $p < 0,000$). Grupul a dezvoltat euristici cu valoare funcțională pentru estimarea comportamenului celorlalți, într-o situație care presupunea încredere reciprocă.

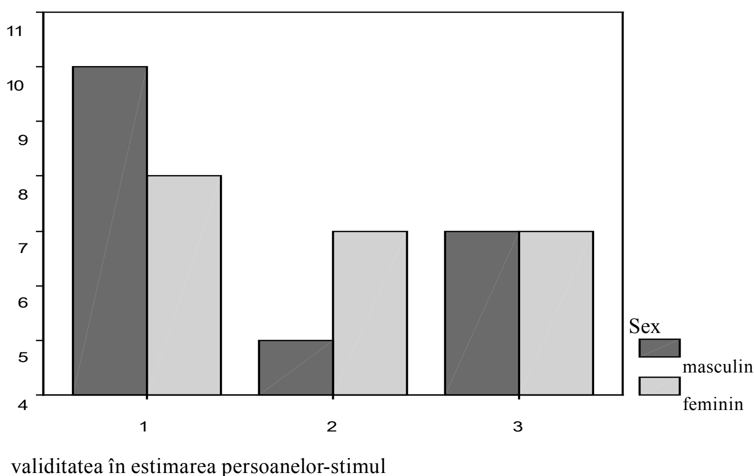


Fig. 5.2. Diferențele de gen în evaluarea comportamentului persoanelor stimul, ca Persoane B.

Am analizat dacă există diferențe semnificative între validitatea estimărilor realizate de subiecții de sex feminin şi cea a subiecților de sex masculin.

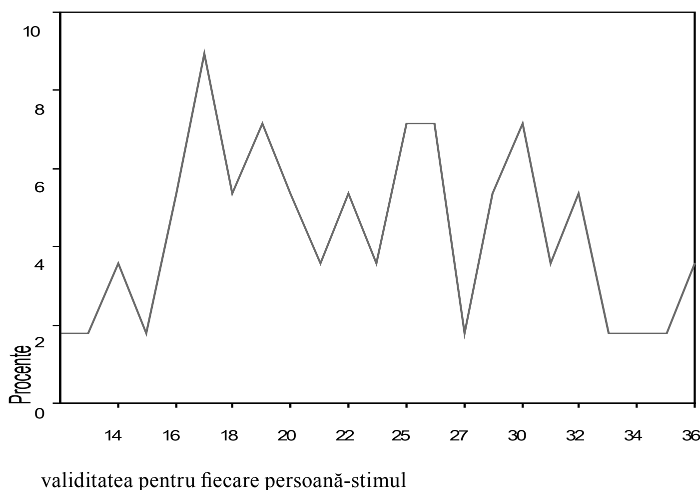
Cercetări anterioare (R. Buck, R.E. Miller şi W. Caul, 1974; M. Zukermann şi S. Przewuzman, 1979; E. Hall, 1984) au demonstrat o competență superioară a femeilor în decodificarea elementelor nonverbale şi folosirea intuiției în prezicerea caracteristicilor potențialilor parteneri de interacțiune.

categorie (care au ales să dea banii Persoanei B) au tins să fie destul de acuraţi în estimarea comportamentului celorlalţi, apropiindu-se de comportamentul real al acestora (am menţionat anterior că 63,6% dintre participanţii la experiment au ales să dea banii Persoanei B). Diferenţa de aproximativ 5% dintre comportamentul real al participanţilor şi estimările realizate de subiecţii care au ales ei înşişi să-şi asume riscul nu ne îndreptăţesc la o concluzie tranşantă în favoarea existenţei unei euristici de tipul *holier than thou* şi pentru caracteristica „asumarea riscului", în cazul celor care îşi asumă riscul. Rezultatele sunt diferite, comparativ cu trăsătura „moralitate", unde *efectul holier than thou* a fost vizibil la ambele categorii de subiecţi (atât cei care au ales să împartă banii cu Persoana A, cât şi cei care au ales să păstreze întreaga sumă, în poziţia Persoanei B).

Estimarea comportamentului persoanelor stimul. Subiecţii au trebuit să estimeze comportamentul celor 56 de persoane-stimul, în poziţia Persoanei B, pe care le-au putut vedea într-un material filmat de tip *thin slices*. Comportamentul real al persoanelor stimul (dacă au împărţit banii în mod egal cu Persoana A sau au păstrat cei 20 de Euro) a fost înregistrat într-o sesiune experimentală preliminară.

Pentru a măsura validitatea estimărilor cu privire la persoanele stimul, am procedat în două moduri: (1) La nivel individual am corelat estimările realizate de fiecare subiect cu valorile reale ale comportamentului persoanelor stimul; (2) La nivel de grup, am însumat estimările realizate de subiecţii participanţi la experiment, le-am împărţit la numărul lor total şi am corelat acest indice cu valorile reale ale comportamentului persoanelor stimul. Procedând astfel, am răspuns criticilor formulate la adresa paradigmei experimentale *thin slices* de către Ziva Kunda (1999/2000, 424). Concret, cunoscuta autoare din domeniul cogniţiei sociale susţine că acurateţea fiecărui individ este inferioară competenţei medii a grupului în decodificarea elementelor nonverbale, într-o situaţie de tip *thin slice*, rezultatele semnificative înregistrate de adepţii

Fig. 5.3. Validitatea pentru fiecare persoană-stimul.



15 stimuli (27%)_________18(__________)23(_________)30________14 stimuli (25%)

Fig. 5.4. Puncte de demarcație – validitatea estimărilor, cu sublinierea distincției dintre persoanele stimul care au înregistrat cele mai slabe şi respectiv cele mai bune estimări (pe baza calculului percentilelor)

Rolul stimulării financiare. O parte dintre participanți puteau câştiga 0,50 Euro, pentru fiecare dintre persoanele stimul al cărui comportament îl identificau corect (se diminuau 0,50 Euro din sumă, pentru fiecare dintre persoanele stimul evaluate incorect). Am urmărit astfel în ce măsură stimularea financiară a contribuit la motivarea superioară a subiecților şi s-a tradus în creşterea acurateței evaluării persoanelor stimul. Nu au existat diferențe semnificative între numărul de estimări corecte ale subiecților din condiția „stimulare financiară“, comparativ cu cei aflați în condiția experimentală complementară, semn că subiecții nu au performat superior, când

Datele obținute în acest experiment nu au putut stabili o diferență semnificativă statistic între persoanele de sex feminin şi cele de sex masculin privind validitatea estimărilor comportamentului persoanelor stimul, datorită eşantionului redus ca volum. Totuşi, Figura 5.2 prezintă diferențe de gen în estimarea comportamentului persoanelor stimul, mai ales pentru nivele medii de validitate. Validitatea estimărilor a fost mai degrabă scăzută, în cazul persoanelor de sex masculin şi mai ridicată pentru cele de sex feminin.

Diferențele interindividuale privind validitatea estimărilor se pot datora nu numai capacității diferite a subiecților evaluatori de a decodifica şi atribui sens mesajelor nonverbale, dar şi elementelor codificate de fiecare persoană-stimul în parte. Astfel, unele persoane par „mai uşor de citit", iar altele sunt „ca o carte închisă". Este interesant de analizat nivelul estimărilor pentru fiecare persoană-stimul în parte. Într-adevăr, Figura 5.3 arată că acuratețea estimărilor (măsurată prin numărul de persoane care au evaluat corect comportamentul unei anume persoane-stimul) a fost extrem de variată de la o persoană-stimul la alta (minim = 12, maxim = 36, abaterea standard = 6,49). Unele persoane-stimul au fost evaluate foarte consistent de către participanții la experiment.

Procedând la analiza percentilelor şi reluând modelul lui R.H. Frank, distingem o categorie de persoane-stimul care, deşi cu orientare valorică de tip prosocial, au fost văzute de evaluatori ca având o orientare mai degrabă antisocială (cei care au înregistrat o frecvență de sub 18 a persoanelor care i-au evaluat corect). Aceste persoane-stimul (27%) nu au reuşit să transmită semnale nonverbale corespunzătoare despre ele însele, evaluările fiind convergente către euristica „nu par a fi de încredere". A doua categorie care merită analizată este cea a persoanelor stimul care au semnalat în mod corespunzător că au o orientare valorică de tip prosocial (25%), mai mult de 30 dintre subiecții evaluatori apreciind corect comportamentul acestora.

persoanelor stimul“şi 72,5%, cu: „A fost foarte interesant pentru mine să estimez comportamentul persoanelor stimul“ arată că subiecții într-adevăr au fost atraşi de sarcină, chiar dacă aceasta avea un caracter repetitiv (succesiunea persoanelor stimul şi solicitarea de a răspunde la aceleaşi întrebări pentru fiecare dintre ele).

O posibilă explicație a lipsei de influență a stimulării financiare atât asupra modului de a percepe sarcina, cât şi asupra rezultatelor poate fi faptul că nu a existat o diferență reală între cele două grupuri experimentale, sau mai corect spus nu am reuşit o bună variație a acestei variabile de la un grup experimental la celălalt. Ambele grupuri experimentale au primit cinci Euro pentru participarea la experiment, însă doar unui grup i s-au adăugat, ulterior, bani pentru performanțele obținute în evaluarea persoanelor stimul.

Tabelul 5.19. Motivația subiecților şi percepția față de sarcină, pentru cele două grupuri experimentale (cu şi fără stimulare financiară)

	Stimulare financiară	Media	Ab. standard	Ab. standard medie
Am încercat cât de mult am putut să estimez comportamentul persoanelor stimul, pe care le-am văzut în materialele filmate.	DA	5,86	1,276	0,278
	NU	6,13	1,140	0,238
Când a trebuit să estimez comportamentul persoanelor stimul am fost foarte motivat/motivată să fac acest lucru cât mai corect posibil.	DA	5,52	1,436	0,313
	NU	6,13	1,140	0,238

ştiau că evaluările lor pot fi recompensate financiar. În plus, nu au existat diferenţe între cele două grupe de subiecți în ce priveşte dificultatea medie atribuită estimării fiecărei persoane-stimul. Subiecții s-au comportat similar față de sarcină, indiferent de prezența sau absența stimulării financiare.

Tabelul 5.18 Media estimărilor corecte în cele două grupuri experimentale: cu şi fără stimulare financiară

Condiția experimentală		N	Media	Ab. standard	Ab. standard medie
Numărul de estimări corecte	stimulare financiară	21	28,00	7,028	1,533
	fără stimulare financiară	23	31,94	6,852	1,428

Am crezut că stimularea financiară va adăuga un plus de motivație pentru subiecți pentru a performa sarcina dată, considerând sarcina ca fiind mai atractivă şi încercând o estimare cât mai corectă a persoanelor stimul. Acest lucru nu s-a întâmplat. Întrebările privind motivația față de sarcină, prezentate în Tabelul 5.19, au înregistrat medii ale răspunsurilor aproximativ egale pentru subiecții din cele două grupuri experimentale. Subiecții care au primit bani pentru estimările corecte nu au considerat sarcina ca fiind mai atractivă şi nici nu au depus mai mult efort, comparativ cu cei care au primit doar cinci Euro pentru participare. Probabil că sarcina, inedită pentru participanți, a avut o atractivitate sporită încă de la început, a suscitat interesul participanților în egală măsură, iar stimularea financiară ar fi putut fi utilă pentru sarcini mai puțin atractive, obositoare, mai puțin provocatoare. Faptul că aproximativ 64% dintre subiecți au fost în mare măsură de acord cu afirmația „Mi-a plăcut foarte mult să evaluez comportamentul

Experimentul 2

Metoda

Participanți şi design experimental. La experiment au participat 89 de studenți de la Facultatea de Sociologie şi Asistență Socială, Universitatea din Bucureşti, 76 de sex feminin şi 13 de sex masculin, fiind solicitați să răspundă itemilor testului *Face and Body PONS* prezentat anterior, pentru a măsura capacitatea generală de decodificare elemente nonverbale (la nivelul canalului vizual). Ulterior, subiecții, după modelul experimentului 1, completau un chestionar de evaluare a persoanelor stimul şi îşi exprimau propriile alegeri într-o situație de tipul *dictator game* (vezi Anexa 2). Studenții, colegi în anul II, au participat la experiment în cadrul unei ore de seminar, care a fost urmată de explicarea scopului experimentului şi discutarea ipotezelor de cercetare. Proporția persoanelor de sex feminin din eşantion (85%) a fost în acord cu procentul real în populație la nivelul anului universitar considerat.

Designul experimentului este de tip 2 (subiecții sunt remunerați pentru performanțele lor în evaluarea comportamentului persoanelor stimul *versus* nu există o remunerare financiară suplimentară, indiferent de performanțele obținute) X 2 (ordinea prezentării persoanelor stimul: crescătoare *versus* descrescătoare).

Materiale utilizate

Face and Body PONS. Este vorba despre versiunea scurtă a testului PONS, cuprinzând 40 de itemi (20 de itemi în care este filmată doar fața persoanei stimul şi 20 de itemi în care aceasta este filmată „doar corp“). Cei 40 de itemi sunt distribuiți în ordine aleatoare, iar subiecții trebuie să decodifice semnificația corectă a fiecărui item, dintre două variante de răspuns date (asemenea testului PONS). *Face and Body PONS* măsoară capacitatea generală a indivizilor de a decodifica elemente nonverbale, sau competența de comunicare

Ca să fiu sincer/ sinceră nu am pus prea mare efort în estimarea comportamentului persoanelor stimul.	DA	1,86	1,108	0,242
	NU	1,61	0,839	0,175
Mi-a plăcut foarte mult această sarcină de a estima comportamentul persoanelor stimul.	DA	4,67	1,683	0,367
	NU	4,48	1,880	0,392
Încercarea de a estima comportamentul persoanelor stimul a fost foarte interesantă pentru mine	DA	5,19	1,537	0,335
	NU	4,70	1,717	0,358
Am fost foarte concentrat/ concentrată în timpul sarcinii de a estima comportamentul persoanelor stimul.	DA	4,95	1,499	0,327
	NU	5,61	1,1188	0,233

Posibil ca ambele grupuri să fi resimțit stimularea financiară, iar faptul că am reuşit să plătesc subiecții din grupul experimental cu stimulare financiară, ulterior desfăşurării propriu-zise a experimentului poate fi unul dintre elemente de care au diminuat considerabil diferențele între cele două grupuri experimentale. Am încercat parțial contracararea acestor limite în cel de al doilea experiment, cu mențiunea că plata pe loc a subiecților din condiția experimentală „cu stimulare financiară“ nu este posibilă, datorită necesității de a interpreta mai întâi datele pentru a stabili performanța fiecărui subiect.

Procedura

Subiecții au participat la experiment în grupuri de peste 15 persoane, în cadrul unei ore de seminar. Studenții se cunoşteau anterior între ei şi nu am controlat pentru posibilele influențe interindividuale la nivelul fiecărui grup. Am investigat patru grupuri experimentale, corespunzătoare designului experimentului, aşa cum reiese din Tabelul 5.15.

Tabelul 5.20. Prezentarea grafică a schemei experimentale. Experimentul 2

	1 - 56	56 - 1
Cu stimulare financiară	18	20
Fără stimulare financiară	28	23

Subiecții au fost informați că vor lua parte la un studiu privind comunicarea nonverbală şi, pentru ca alegerile lor să rămână confidențiale, au completat un cod individual, asemenea primului experiment. Mai întâi, au fost rugați să spună în ce măsură li se potrivesc afirmațiile corespunzătoare scalei REI (*Rational-Experiential Inventory),* versiunea scurtă. În continuare, le-a fost explicată procedura de aplicare a testului *Face and Body PONS* şi au trebuit să înregistreze propriile răspunsuri, după vizionarea fiecărui item al testului. În partea a doua a experimentului, li se prezenta o situație de tip *dictator game* şi notau alegerile proprii în poziția Persoanei A, dar şi alegerile pe care ei credeau că le-au facut ceilalți colegi, participanți la experiment, după modelul experimentului 1.

nonverbală (vezi Capitolul 3), doar la nivelul canalului vizual. Cele 15 minute ale testului cuprind scene fără sonor, de tip *thin slices* (două secunde fiecare) în care o persoană-stimul obişnuită (femeie căsătorită, fără copii, absolventă de studii superioare, având vârsta de 25 de ani şi rasă albă, provenind din clasa de mijloc, din Nord-Estul Statelor Unite) exprimă nonverbal situații cu intensitate afectivă diferită.

Participanții la experiment urmăresc, pe rând, cei 40 de itemi şi trebuie să-i decodifice corect, folosind o foaie de răspunsuri de tipul (A) „ceartă un copil“ sau (B) „îşi exprimă mânia“. Fiecare secvență este urmată de o pauză care permite subiecților să aleagă şi să noteze răspunsul corect.

Rational-Experiential Inventory (REI). Este o scală care cuprinde 31 de itemi, construită pentru a distinge între cei care „au nevoie de cogniție“ şi cei care „au încredere în intuiție“ în procesarea informațiilor (S. Epstein, 1990). Varianta scurtă REI cuprinde zece itemi selectați dintre cei 31 ai scalei originale (vezi Anexa 3), subiecții fiind solicitați să completeze o foaie de răspuns, cu evaluări pe scale de şapte trepte – de la „1“ – „sigur nu este adevărat, în cazul meu“ la „7“ – „cu siguranță adevărat în cazul meu“.

Înregistrarea video a persoanelor stimul. Am folosit aceleaşi *mastertape* (casetă video prelucrată) ca şi în primul experiment, în care 56 de studenți de la Universitatea Groningen, Olanda (Facultatea de Biologie şi Facultatea de Management) au fost rugați să noteze propriile alegeri în situația *dictator game*, fiind ulterior filmați într-un context în care vorbeau despre ei înşişi, timp de două minute, în fața camerei de luat vederi. Caseta cuprinde primele 20 de secunde din materialul filmat pentru fiecare dintre cei 56 de subiecți, prezentați într-o ordine aleatoare şi, de asemenea, am prelucrat o casetă video asemănătoare cu subiecții prezentați în ordine inversă (de la 56 la 1), cu ajutorul căreia am controlat pentru ordinea expunerii persoanelor stimul supuse evaluării.

Pentru fiecare dintre persoanele stimul evaluate corect veți fi recompensați cu suma de 2000 lei. Astfel, veți putea primi maxim 112.000 lei dacă veți evalua corect toate cele 56 persoane-stimul la sfârțitul acestui experiment. Fiecare participant va completa o listă cu adresa de e-mail şi respectiv codul de participare la experiment pentru a putea fi contactat în maxim zece zile şi a-şi primi banii în acord cu performanța sa.
Promitem să oferim tuturor participanților informații despre numărul de persoane-stimul pe care le-au evaluat corect şi să vă plătim, în mod real, în funcție de performanță.

La final, subiecții au răspuns la întrebări privind motivația şi efortul depus pentru a rezolva sarcina (scală similară celei folosite în experimentul 1) şi au trebuit să se autoevalueze cu privire la performanța obținută (câte persoane-stimul cred că au estimat corect).

Analiza rezultatelor obținute

Comportamentul subiecților în cadrul dictator game şi estimarea rezultatelor celorlalți participanți. Aşa cum mă aşteptam, majoritatea subiecților, 56 dintre cei 89 de participanți (62,9%) au ales să împartă banii în mod egal cu Persoana B, chiar dacă nu o cunoşteau, nu aveau să o cunoască şi nu depindeau în niciun fel de acțiunile acesteia. Datele confirmă rezultatele obținute în alte cercetări care au utilizat *dictator game* (C. Camerer şi R.H. Thaler, 1995), demostrând că orientarea valorică prosocială este într-adevăr dominantă în societatea contemporană, urmată de cea de tip competitiv şi abia apoi de cea de tip egoist. Subiecții aleg o logică a sentimentelor în detrimentul celei strict economice sau de tip competitiv (maximizarea profitului relativ la ceilalți), chiar şi atunci când nu este vorba de o situație de interdependență, ci una dominată în principal de alegerile unuia dintre cei doi actori sociali implicați, cum este *dictator game* (am tradus termenul ca „joc cu control unilateral").

Două persoane, Persoana A şi Persoana B interacţionează una cu cealaltă în condiţii de anonimat. Ambele persoane nu vor ajunge niciodată să se cunoască, nici înainte şi nici după ce au luat deciziile cerute de situaţie.
Persoana A primeşte 300.000 lei de la experimentator şi trebuie să împartă aceşti bani între ea şi Persoana B. După ce Persoana A a decis cum să împartă banii, Persoana B este informată asupra acestei decizii. Touşi, Persoana B nu poate influenţa în nici un fel decizia Persoanei A, banii se vor împarţi cum decide Persoana A.
Presupunând că aţi fi în poziţia Persoanei A, ce aţi face cu cei 300.000 lei primiţi de la experimentator?
□ Aş păstra cei 300.000 lei şi aş da 0 lei Persoanei B.
□ Aş păstra 250.000 lei şi aş da 50.000 lei Persoanei B.
□ Aş păstra 200.000 lei şi aş 100.000 lei Persoanei B.
□ Aş păstra 150.000 lei şi aş da 150.000 lei Persoanei B.

Observăm că a păstra întrega sumă (300.000 lei[1]) este similar cu orientarea valorică de tip antisocial (după clasificarea propusă de Paul A. Van Lange şi colaboratorii), a păstra 250.000 lei sau 200.000 lei corespunde orientării de tip competitiv, iar a împărţi suma în mod egal (păstrând 150.000 lei) – orientarea social valorică de tip prosocial.

Ulterior, cei 89 de subiecţi au trebuit să estimeze comportamentul persoanelor stimul, în poziţia Persoanei A. După fiecare stimul, am lăsat zece secunde subiecţilor pentru a nota propriile evaluări, fiind rugaţi, de asemenea, să precizize dificultatea fiecărei estimări pe o scală de la „1“ – „deloc dificil“ la „7“ – „foarte dificil“. O parte dintre subiecţi au fost stimulaţi financiar să identifice comportamentul persoanelor stimul: am promis o recompensă de 2000 lei pentru fiecare persoană stimul estimată corect. (De această dată cercetarea a fost realizată cu fonduri proprii).

1 Deşi experimentau a avut loc în 2005, după introducerea „Leului Greu“, am preferat ca alegerile subiecţilor să aibă ca reper leii vechi, la sugestia acestora. Posibilitatea studenţilor de a percepe valoarea reală a sumelor vehiculate era mai mare în acea perioadă (aprilie – mai 2005), dacă acestea erau prezentate în lei vechi. În plus, am ales sume comparabile cu cele utilizate în experimentul 1 (din punct de vedere al puterii de cumpărare).

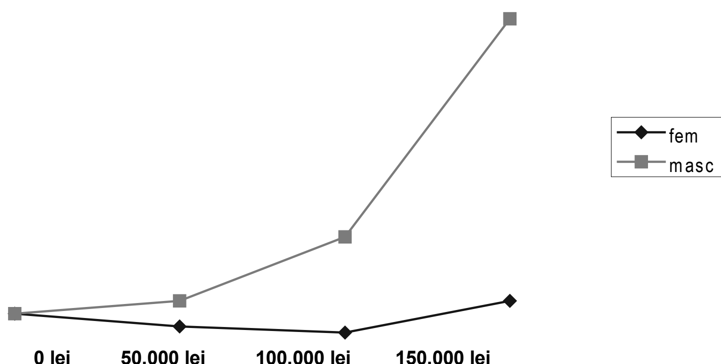


Fig 5.6. Diferențele de gen în alegerile subiecților, pentru situația *dictator game*.

Când subiecții au fost rugați să estimeze comportamentul celorlalți participanți la experiment, au subapreciat orientarea de tip prosocial a acestora, estimând în medie că doar 39,3 % dintre colegii lor, participanți la experiment, vor împărți banii în mod egal, în poziția Persoanei A. Figura 5.7 arată că subiecții au considerat că ei acționează după o logică a sentimentelor, în timp ce ceilalți urmăresc, în principal, o logică egoistă sau de tip competitiv. Cu alte cuvinte, efectul subaprecierii celorlalți relativ la sine a fost pus în evidență din nou, dar numai pentru orientările social valorice de tip egoist şi prosocial: subiecții au euristici de tipul: „eu împart banii în mod egal cu Persoana B, dar ceilalți nu i-ar da niciun leu sau, cel mult, i-ar 100.000 lei, dar în niciun caz nu ar fi atât de altruişti ca mine“. Realitatea arată totuşi că această euristică este contraadaptativă pentru individ şi că nu îl ajută să estimeze corect reacțiile celorlalți.

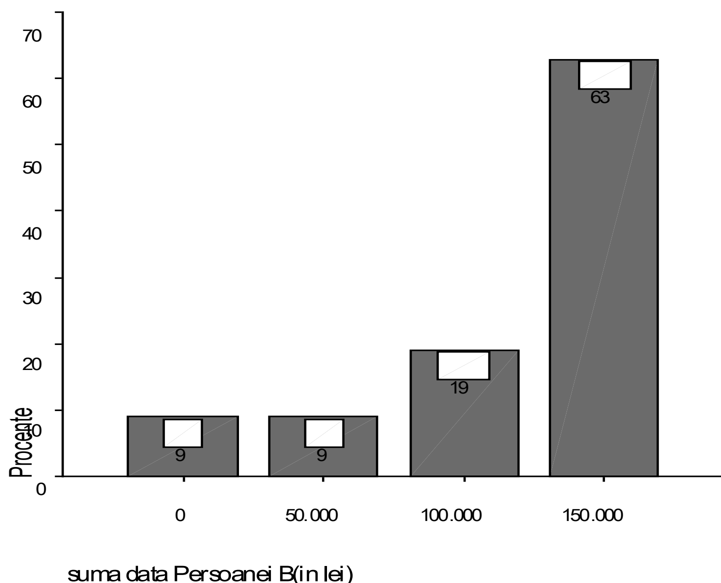


Fig. 5.5. Alegerile subiecților în *dictator game*

Deşi numărul persoanelor de sex masculin cuprinse în eşantion a fost scăzut (13 subiecți), am obținut diferențe semnificative statistic între alegerile acestora şi cele realizate de persoanele de sex feminin (λ^2 (df = 1) 10, 445, $p < 0,015$). În experimentul anterior am arătat că nu au existat diferențe de gen în alegerile subiecților, în poziția Persoanei B. În situația *dictator game* însă, au existat *pattern*-uri diferite de răspuns ale celor două categorii de gen, după cum se poate vedea în Figura 5.6. Studiile privind orientarea social valorică a indivizilor nu susțin existența unor diferențe de gen, dar subiectul merită cercetat. În acest experiment, subiecții de sex masculin au fost mai înclinați spre alegeri care corespund unei orientări social valorice de tip egoist, comparativ cu subiecții de sex feminin, care au tins spre alegeri de tip competitiv sau de tip prosocial.

subestimând mai mult comportamentul prosocial al celorlalți, comparativ cu cei care aleg să împartă banii egal. Doar orientarea social valorică de tip competitiv (în prezentul experiment, cei care aleg să dea 100.000 de lei Persoanei B) nu are o influență semnificativă asupra evaluării comportamentului celorlalți, în timp ce subiecții cu orientare social valorică de tip prosocial au euristici diferite cu privire la comportamentul celorlalți într-o asemenea situație), comparativ cu cei cu orientare valorică de tip egoist.

Tabelul 5.21. Relația între propriile alegeri şi estimările comportamentului celorlalți participanți la experiment, în *dictator game* (N = 89)

Propriul comportament	Comportamentul estimat al celorlalți... dau 0 lei lui A	Comportamentul estimat al celorlalți... dau 50.000 lei lui A	Comportamentul estimat al celorlalți... dau 100.000 lei lui A	Comportamentul estimat al celorlalți... dau 150.000 lei lui A
Pearson Correlation	-0,522**	-0,306**	0,139	0,390**
Sig (2-tailed)	0,000	0,003	0,194	0,000

** Corelația este semnificativă la un prag de 0,01

Estimarea comportamentului persoanelor stimul. Participanții la experiment au estimat comportamentul celor 56 persoane-stimul, în poziția Persoanei A. Comportamentul real al persoanelor stimul într-o situație de tip *dictator game* a fost înregistrat într-o sesiune experimentală preliminară.

Am măsurat validitatea estimărilor atât la nivel individual cât şi la nivel grupal, după modelul experimentului 1. La nivel individual, au corelat (testul *Phi Cramer*) estimările realizate de fiecare subiect cu valorile reale ale comportamentului

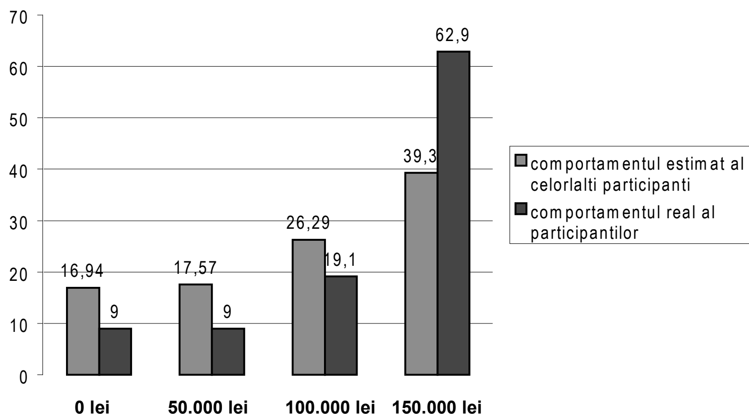


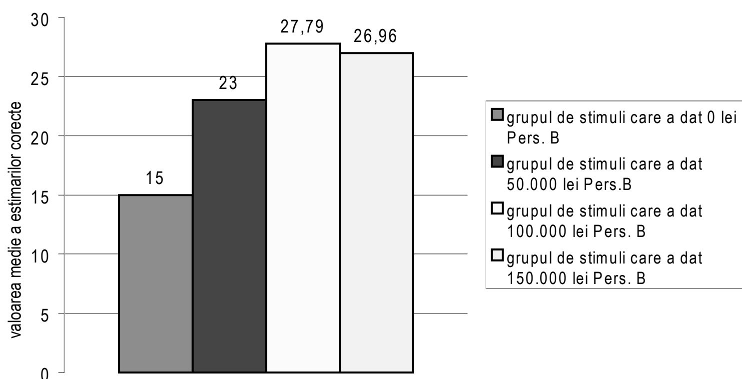
Fig. 5.7. Efectul *holier than thou*. Subiecții au subestimat procentul participanților cu orientare de tip prosocial

În experimentul anterior am arătat că efectul *holier than thou* este mai puternic pentru subiecții care urmeză o logică a profitului, comparativ cu cei care urmează o logică a sentimentelor, comportamentul prosocial fiind astfel recompensator pentru indivizi, în interacțiunile ce reclamă încredere reciprocă. Tableul 5.21 nuanțează aceste concluzii arătând că: există o corelație negativă între propriul comportament şi estimarea procentului celorlalți participanți care aleg să nu dea niciun ban sau să dea 50.000 de lei Persoanei B (r = - 0, 522, p < 0,000 ; r = - 0,306, p < 0,003); nu există o corelație semnificativă statististic între comportamentul participanților şi estimarea procentului celorlalți participanți care aleg să dea 100.000 de lei Persoanei B şi există o corelație semnificativă, pozitivă între comportamntul participanților şi estimarea procentului celorlalți care aleg să împartă banii în mod egal cu Persoana B (r = 0,390, p < 0,000). Cu alte cuvinte, are loc un mecanism al proiecției, subiecții care aleg ei înşişi să nu împartă banii cu Persoana B sau să-i dea cel mult 50.000 vor tinde să aprecieze că şi ceilalți participanți au procedat la fel,

validitatea estimărilor pentru persoanele care au o orientare socială predominant altruistă (dau 100.000 lei sau 150.000 lei Persoanei B), în sprijinul modelului formulat de R.H. Frank care susținea că subiecții care *se simt* angajați să performeze un comportament prosocial vor fi identificați de posibilii parteneri de interacțiune.

Diferențele medii privind validitatea estimărilor, pentru cele patru grupe de persoane-stimul, sunt semnificativ mai scăzute în cazul persoanelor-stimul care un comportament egoist (Figura 5.8). Aceasta înseamnă că subiecții pot spune cu destulă acuratețe în cine se poate avea încredere, dar nu sunt la fel de buni în a estima pe cine nu ar trebui să ne bazăm.

Fig. 5.8. Diferențe în estimarea comportamentului persoanelor-stimul, în funcție de opțiunile acestora, în *dictator game*



Aşadar, datele susțin modelul propus de R.H. Frank (1988): au existat atât subiecți cu orientare valorică de tip prosocial, identificați ca atare, dar şi subiecți care, deşi cu orientare valorică de tip prosocial, au primit evaluări contrare, semn că nu au putut transmite semnalele corespunzătoare. Cum însă estimările persoanelor stimul din categoria „egoiştilor" au fost cel mai puțin valide, putem concluziona că această categorie de subiecți este cel mai dificil de decodificat pentru evaluatori,

persoanelor stimul, în poziția Persoanei A. Rezultatele au arătat o acuratețe ridicată a unor subiecți şi foarte scăzută a altora. Concret, pentru unii subiecți estimările proprii au corelat semnificativ cu valorile alegerilor reale ale persoanelor-stimul, însă pentru alții nu a existat nicio legătură între propriile estimări şi modul în care s-au comportat persoanele-stimul, eventualele răspunsuri corecte fiind datorate hazardului. La cel puțin şase dintre subiecții participanți se respinge ipoteza de nul a independenței dintre valorile estimate de aceştia şi comportamentul real al persoanelor stimul.

Există astfel diferențe semnificative interindividuale în ce priveşte capacitatea subiecților de a identifica orientarea social valorică a celorlalți, cu subiecți care înregistrează o acuratețe semnificativă din punct de vedere statistic şi alții, ale căror estimări sunt tributare hazardului. Aceste rezultate vin în sprijinul paradigmei formulate de Nalini Ambady (2000), conform căreia expunerea limitată la persoane-stimul este suficientă pentru ca subiecții evaluatori să-şi formeze prime impresii, uneori suficient de acurate şi contrazice criticile paradigmei cognitiviste, concurente.

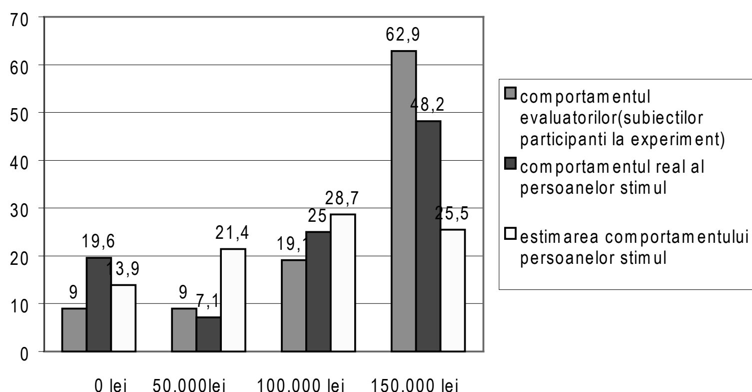
La nivel de grup, am corelat estimările valide realizate de subiecți pentru fiecare persoană-stimul cu alegerile reale ale acesteia, obținând o corelație semnificativă ($r = 0{,}498$, $p < 0{,}01$), ceea ce arată că grupul are într-adevăr acuratețe în estimarea comportamentului prosocial al persoanelor stimul, rezultate consistente cu cele obținute în experimentul 1.

Având în vedere ipotezele de la care am plecat, este interesant faptul că persoanele stimul au şanse diferite de a fi evaluate corect, în funcție de alegerile pe care le fac. Cu alte cuvinte, validitatea medie a estimărilor este diferită pentru cele patru grupe de persoane-stimul: cele care aleg să dea 0 lei, 50.000 lei, 100.000 lei şi, respectiv, 150.000 lei Persoanei B ($F(3, 89) = 7, 759$, $p < 0{,}000$), cu diferențe semnificative între grupul celor care ales un comportament de tip egoist (să păstreze întreaga sumă) şi cele care au ales să dea 100.000 lei sau 150.000 lei. Există diferențe semnificative între validitatea estimării persoanelor cu orientare socială de tip egoist şi

tip socio-profesional este mult mai plauzibilă şi merită testată în cercetări viitoare. Lipsa unor studii consistente în România privind evoluția contextului valoric de tip individualist/colectivist, în ultimii 18 ani, pe generații, constituie, în plus, un impediment serios în testarea celei de a doua ipoteze.

Din Figura 5.9, observăm că subiecții au tins să considere că persoanele stimul sunt mult mai puțin orientate spre un comportament prosocial decât ei înşişi, dar nu neapărat mai egoişti decât ei înşişi. Euristica folosită a fost, probabil, de tipul: „eu împart banii cu Persoana B dar aceste persoane-stimul, deşi nu ar păstra tot, i-ar da Persoanei B 50.000 lei sau cel mult 100.000 lei". Aceeaşi euristică o regăsim şi în evaluarea celorlalți participanți la experiment (Figura 5.10).

Fig. 5.9 Diferențe între alegerile studenților din România (evaluatori), alegerile studenților olandezi (persoane-stimul) şi estimarea alegerilor studenților olandezi (persoane-stimul), în *dictator game.*



rămânând o „nişă“ considerabilă de subiecţi egoişti care pot fi evaluaţi contrar, la „prima vedere“.

Am putea crede că rezultatele obţinute sunt un efect al faptului că majoritatea subiecţilor (62,9%) au ales ei înşişi să împartă banii în mod egal cu Persoana B şi au proiectat acelaşi lucru asupra persoanelor stimul. Dar, subliniam anterior, subiecţii tind să subestimeze comportamentul prosocial al celorlalţi. Primul experiment a demonstrat că subiecţii subestimează cel puţin în aceeaşi măsură comportamentul prosocial al „altora concreţi“ comparativ cu „alţii în general“ şi chiar devin mai reticenţi faţă de persoane-stimul concrete, la care sunt expuşi pentru scurtă durată.

Grupul format din persoanele stimul (studenţi la Facultatea de Management şi Biologie a Universităţii din Groningen) a avut un comportament diferit de subiecţii evaluatori (studenţi la Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială, Universitatea din Bucureşti). Deşi în ambele grupuri, majoritatea a optat pentru alegeri de tip prosocial (48,2% din grupul de studenţi olandezi şi, respectiv, 62,9 % din grupul de studenţi români, vezi Figura 5.9), diferenţele au fost semnificative, cu grupul de studenţi români, mai înclinat spre o orientare de tip prosocial decât grupul de studenţi olandezi (care joacă rolul persoanelor stimul).

Observaţia este interesantă şi datorită faptului că cercetările privind comportamentul subiecţilor în situaţii de tip *dictator game* au obţinut diferenţe culturale şi de tip categorie ocupaţional-profesională. Nu putem decât să presupunem că, în acest caz, diferenţele se datorează fie apartenenţei la un grup socio-profesional diferit – studenţii de la economie, mai intens socializaţi să adopte o logică a profitului, comparativ cu cei din domeniul sociologiei – sau unor diferenţe culturale, datorate unui context valoric de tip colectivist/individualist diferit în cele două culturi. Dată fiind vârsta participanţilor la experiment, cât şi a persoanelor stimul (aproximativ 20 de ani), consider a doua ipoteză mai puţin plauzibilă. Studenţii români au fost socializaţi predominant în perioda de după 1989, când am asistat la avansul economiei de piaţă şi expansiunea valorilor individualiste. Aşadar, consider că ipoteza diferenţelor de

Ce alte euristici folosesc subiecții pentru estimarea comportementului persoanelor stimul? Am analizat relația dintre atractivitatea fizică a persoanelor stimul şi orientarea social-valorică atribuită acestora de evaluatori[1].

Tabelul 5.22. Corelația dintre atractivitatea persoanelor stimul şi comportamentul atribuit de evaluatori

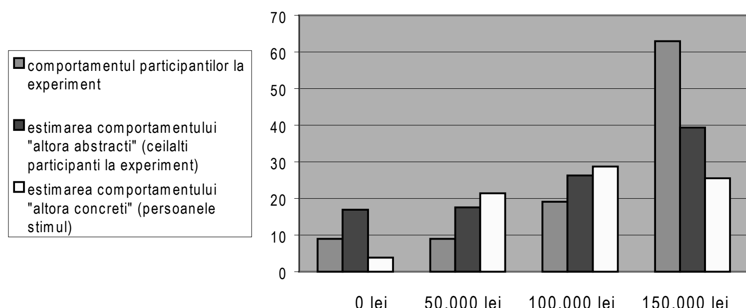
	Sexul pers. stimul	Variabile corelate	Corelație Pearson	Sig.	N
Experimentul 1	Feminin	Scor atractivitate Comportamentul atribuit	-0,364	0,067	26
	Masculin	Scor atractivitate Comportamentul atribuit	-0,041	0,831	30
Experimentul 2	Feminin	Scor atractivitate Comportamentul atribuit	0,173	0,339	26
	Masculin	Scor atractivitate Comportamentul atribuit	-0,416	0,022*	30

* Corelația este semnificativă, la un prag de 0,05

Rezultatele arată că subiecții tind să estimeze că femeile şi bărbații atractivi fizic nu au o orientare de tip prosocial. În primul experiment, studenții olandezi au tins să estimeze că persoanele stimul de sex feminin, atractive fizic nu vor împărți banii în mod egal, în poziția Persoanei B (deşi nu am obținut o

1 Doi evaluatori independenți (unul de sex feminin şi unul de sex masculin) cu vârste similare persoanelor stimul au evaluat atractivitatea fizică a acestora pe o scală de zece trepte. Corelațiile între evaluările celor doi au fost ridicate ($r = 0,564$, $p < 0,000$). Am calculat valoarea medie a atractivității evaluate, pentru fiecare persoană-stimul.

Fig. 5.10. Diferența între modul în care subiecții se văd pe ei înşişi, relativ la ceilalți participanți la experiment şi la persoanele stimul, în *dictator game.*



Astfel, subiecții vor tinde să subestimeze şi mai mult comportamentul prosocial al celorlalți, când au de a face cu persoane reale (într-o situație de expunere limitată), în comparație cu situația în care trebuie să aprecieze comportamentul altora, în general. Dar expunerea limitată nu are doar rolul de a-l face pe individ mai circumspect față de ceilalți, ci şi de a-i pozitiva uşor imaginea despre posibilul comportamentul egoist al acestora. În Figura 5.11, se observă că expunerea la persoanele stimul diminuează considerabil procentul celor cărora le este atribuit un comportament evident egoist („dau 0 lei" Persoanei B). Cu alte cuvinte, expunerea limitată are efectul de a transforma euristica „ceilalți sunt egoişti, eu sunt altruist" într-o euristivă mai nuanțată „aceste persoane ar putea avea un comportament prosocial, dar nu ar împărți banii în mod egal cu Persoana B. Probabil că nu ar păstra întreaga sumă, dar nu i-ar da lui B mai mult de 100.000 de lei". Metaforic, putem spune că efectul *holier than thou* se transformă în *nicer than thou* (nu mai „sfânt" decât alții dar cu siguranță „mai de treabă").

persoanele stimul făceau parte din aceeaşi cultură) mă îndreptățesc să consider că influența acestei variabile a fost nesemnificativă. Cercetări în care subiecții evaluatori şi persoanele stimul să aparțină aceluiaşi grup socio-profesional şi cultural vor lămuri problema adusă în discuție.

Influența testului Face and Body PONS şi a Rational-Experiential Inventory (REI) asupra acurateții estimărilor privind persoanele stimul.

Ipoteza 2 pleacă de la ideea că există o corelație între capacitatea subiecților de a decodifica elemente nonverbale, în general şi acuratețea predicțiilor cu privire la comportamentul persoanelor stimul. Fiind vorba de persoane-stimul filmate la nivelul bustului şi utilizarea unei casete video fără sonor, *Face and Body PONS*, care măsoară abilitatea subiecților de a decodifica elemente nonverbale la nivelul feței şi corpului, poate fi un instrument util de măsurare a competenței nonverbale generale a subiecților (pe canalul vizual).

Rezultatele sunt aparent surprinzătoare: există o relație invers proporțională între scorurile obținute de subiecți la testul *Face and Body PONS* şi numărul de subiecți stimul identificați corect ($r = -0,210$, $p < 0,050$). Aceasta înseamnă că subiecții care au competență nonverbală ridicată (după rezultatele testului *Face and Body PONS*) obțin performanțe scăzute în estimarea comportamentului persoanelor stimul. Analiza de regresie arată că într-adevăr performanța obținută la testul *Face and Body PONS* explică variația estimărilor comportamentului persoanelor stimul $R^2 = 0, 044$, $F (1, 89) = 3,950$, $p < 0,050$).

Mă aşteptam ca relația dintre competența de a decodifica elemente nonverbale, în general, şi abilitatea de a estima comportamentul persoanelor stimul, într-o situație de expunere limitată (fără sonor), să fie una de directă proporționalitate. Însă, dacă analizăm relația dintre scorurile obținute de subiecți la testul *Face and Body PONS* şi scorurile subiecților pe scala REI (*Rational-Experiential Inventory*), observăm că

corelație semnificativă statistică pentru pragul de semnificație considerat, r = - 0,364, p = 0, 067 >0,05). În al doilea experiment, studenții români au considerat că persoanele stimul atractive fizic de sex masculin nu vor avea o orientare valorică de tip prosocial (nu vor da 150.000 lei Personei B), r = - 0,364, p < 0,022. Având în vedere că în cel de al doilea experiment 86% sunt subiecți de sex feminin (N = 76), putem concluziona că există o euristică de tipul „bărbații frumoşi nu sunt altruişti“, cel puțin în cazul studentelor din eşantionul românesc.

Subiecții au supraevaluat, de asemenea, propriile capacități de a estima comportamentul persoanelor stimul. În al doilea experiment au estimat, în medie, că au evaluat corect 28 de persoane-stimul, estimând, în medie, corect doar 16 persoane-stimul. Diferența dintre cele două medii este statistic semnificativă (t (88) = 22,778, p < 0,000). În experimentul 1 participanții au estimat, în medie, că au evaluat corect 34 de persoane-stimul şi au reuşit să estimeze corect doar 29 persoane-stimul (diferența este semnificativă statistic t (43) = 21,354, p < 0,000). Aceasta arată că subiecții sunt încrezători în capacitatea lor de a identifica orientarea social valorică a unor persoane-stimul, într-o situație cu expunere limitată. O astfel de euristică de tipul „cunosc omul dintr-o privire“ nu este întotdeauna adaptativă pentru individ, iar prezentele rezultate susțin că este dublată în general de subestimarea comportamentului prosocial al celuilalt, chiar dacă subiecții nu vor tinde să-i atribuie neapărat un comportament egoist.

Ne putem întreba: a avut vreun efect faptul că subiecții evaluatori aveau altă apartenență culturală decât subiecții care joacă rolul persoanelor stimul? Se poate argumenta că studenții de la Facultatea de Sociologie şi Asistență Socială au devenit mai circumspecți la interacțiunea cu persoanele stimul, doar pentru că acestea erau dintr-o altă cultură. Deşi nu li s-a oferit în mod direct nicio informație despre originea persoanelor stimul, subiecții au identificat cu uşurință că acestea nu erau români. Nu am controlat pentru o astfel de influență asupra rezultatelor experimentului, însă consistența rezultatelor cu cele obținute în primul experiment (unde subiecții evaluatori şi

validității estimărilor comportamentului persoanelor stimul este mediat de influența apelului la intuiție: cu cât subiecții se bazează mai mult pe intuiție în rezolvarea sarcinii, cu atât vor estima mai corect comportamentul persoanelor stimul. Analiza de regresie a scorurilor obținute la testul PONS şi, respectiv, pe Scala REI, asupra numărului corect de estimări arată că aşa stau lucrurile.

„Încrederea în intuiție“ este o variabilă cheie în estimarea corectă a comportamentului persoanelor-stimuli, confirmând Ipoteza 3 de cercetare. Valorile ridicate obținute de subiect la testul *Face and Body PON*S nu garantează o acuratețe sporită evaluărilor, ci, dimpotrivă, pentru că succesul la un astfel de test se bazează mai ales pe aspecte legate de cogniție şi nu pe încrederea în intuiție. Se poate ca abilitatea de a decodifica elementele nonverbale, în cazul *Face and Body PONS*, prezentate într-o expunere extrem de limitată (două secunde), să presupună capacitatea subiecților de a opera rapid cu scheme mentale legate de prezența frecventă a unor elemente nonverbale în interacțiunile sociale şi nu apelul acestora la intuiție. Faptul că subiecții care au urmat cursuri în domeniul comunicări nonverbale şi-au îmbunătățit performanțele la testul PONS arată că este vorba de o sarcină la care subiectul trebuie să opereze predominant pe „ruta centrală“ şi mai puțin pe „ruta periferică“.

Aceste rezultate sunt în acord cu observațiile notate în timpul experimentului: întrebați ce modalități au folosit pentru a estima comportamentul personelor stimul, unii subiecți au raportat euristici de tipul: „privea prea mult în jos“, „zâmbea mult“, iar alții au declarat pur şi simplu că s-au lăsat în voia intuiției, fără să aibă o schemă dinainte stabilită. Deşi nu am analizat în mod sistematic aceste declarații, fiind predominant o secțiune de *debriefing*, am observat că subiecții care au primit mai mulți bani (în grupul experimental cu stimulare financiară) erau predominant din cea de a doua categorie.

Rolul stimulării financiare. O parte dintre subiecții participanți la experiment au făcut parte dintr-o condiție

subiecții care „se bazează“ în mare măsură pe intuiție obțin rezultate scăzute la testul PONS ($r = - 0,288$, $p < 0,007$). Contrar aşteptărilor, subiecții care dau importanță raționamentului, cogniției sunt cei care obțin scoruri ridicate, în cazul aplicării testului *Face and Body PONS*.

Robert Rosenthal *et al.* (1979) au pus în evidență corelația dintre rezultatele testului PONS şi abilitățile general intelectuale ale indivizilor, concluzionând că acestea corelează slab cu testul PONS şi că nu există o relație între complexitatea cognitivă a indivizilor, nivelul lor de inteligență (IQ) şi capacitatea de a decodifica elementele nonverbale, specifice testului PONS (vezi Capitolul 3) Date fiind aceste rezultate, am considerat că estimările subiecților, în cazul *Face and Body PONS* vor avea la bază „încrederea în intuiție“. Totuşi, R. Rosenthal şi colaboratorii săi nu au corelat rezultatele testului PONS cu scala REI (*Rational-Experiential Inventory*) sau cu scala FI (*Faith in Intuition*).

Rezultatele obținute în al doilea experiment (corelația negativă între scorurile pentr „încrederea în intuiție“ şi scorurile *Face and Body PONS*) ne îndreptățesc să considerăm că subiecții care obțin performațe ridicate la testul PONS sunt cei cu „nevoie de cogniție“ ridicată şi nu cei care „se încred“ predominant în intuiție. Aprecierea stării emoționale pe care o trăieşte persoana-stimul din cadrul testului PONS, într-un timp extrem de scurt (două secunde) este cu atât mai acurată cu cât individul deține scheme mentale despre cum anume ar trebui să reacționăm nonverbal în situația emoțională respectivă (*display rules*) şi le poate activa mai rapid. Subiectul face deci apel la cogniție pentru a alege varianta corectă dintre cele două propuse de test. Totuşi, aceste concluzii sunt valabile doar la nivelul canalului vizual (testul *Face and Body PONS* măsoară competența în decodificarea elementelor nonverbale, exclusiv la nivelul acestui canal) şi este posibil ca pentru canalul auditiv (elemente paralingvistice) apelul la intuiție să primeze.

Scorul obținut pe scala intuiției a fost un bun predictor al rezultatelor obținute de subiecți la testul PONS ($R^2 = 0, 083$, $F (1, 89) = 7,700$, $p < 0,007$). Aşadar, efectul testului PONS asupra

fi recompensată în bani sau în credite academice, studenții facultăților de psihologie şi sociologie find obligați să acumuleze pe parcursul anilor universitari un număr de credite din participarea ca subiecți în cadrul unor cercetări experimentale şi nu numai. Consider că o asemenea măsură în spațiul românesc ar putea fi de bun augur, mai ales dacă sunt organizate secțiuni de *debriefing* după fiecare experiment, prin care studenților participanți la experiment li se explică scopul şi sunt discutate ipotezele cercetării.

Revenind la rezultatele obținute am urmărit în ce măsură stimularea financiară a avut un impact asupra modului în care subiecții s-au raportat la sarcină (estimarea comportamentului persoanelor stimul), cât de atractivă a părut aceasta şi cât efort au depus pentru rezolvarea ei. După cum putem vedea în Tabelul 5.29, nu au existat diferențe semnificative în modul cum s-au raportat la sarcină subiecții din grupul experimental cu stimulare financiară, comparativ cu grupul experimental de control (t (89) = - 0,967, p = 0,336 >0,05). Nu au existat diferențe semnificative statistic nici între atractivitatea percepută a sarcinii, motivația de a estima persoanele stimul, efortul depus, nivelul de concentrare sau interesul pentru sarcină, între cele două grupuri experimentale.

Tabelul 5.23. Motivația subiecților şi percepția față de sarcină, pentru cele două grupuri experimentale (cu şi fără stimulare financiară). Experimentul 2

	Stimulare financiară	Media	Ab. standard	Ab. standard medie
Am încercat cât de mult am putut să estimez comportamentul persoanelor stimul, pe care le-am văzut în materialele filmate.	DA	6,42	0,976	0,158
	NU	6,53	0,703	0,098

experimentală în care primeau 2000 lei pentru fiecare persoană-stimul al cărui comportament îl estimau corect. Astfel, subiecții aveau posibilitatea să câştige 112.000 lei, dacă evaluau corect toate cele 56 persoane-stimul, urmând să primească banii în maxim zece zile de la experiment (după introducerea datelor şi calcularea validității estimărilor pentru fiecare participant). Subiecții urmau să fie anunțați prin e-mail asupra sumelor primite, corespunzătoare codurilor completate la începutul experimentului. Subliniam în experimentul 1 că stimularea financiară nu a avut niciun efect asupra validității estimărilor, menționând ca posibilă explicație şi faptul că procedura experimentală a condus la o lipsă de variație între cele două grupuri experimentale.

În acest al doilea experiment, procedura a fost modificată astfel încât un grup experimental nu primea nicio recompensă financiară pentru participare sau pentru performanța în cadrul experimentului, iar celălalt grup era remunerat doar în funcție de performanță. Cu toate acestea, media estimărilor corecte nu a fost semnificativ diferită între cele două grupuri experimentale ($t(89) = -1{,}009$, $p = 0{,}316 > 0{,}05$).

Subiecții din condiția experimentală cu stimulare financiară nu au avut performanțe diferite față de cei care nu au fost remunerați. În ambele experimente nu am reuşit să pun în evidență rolul recompenselor financiare. Totuşi, pentru acest al doilea experiment merită menționat fapul că cei mai mulți dintre subiecții din grupul experimental cu stimulare financiară s-au arătat foarte surprinşi de primirea e-mailului prin care erau anunțați că îşi pot ridica banii, în acord cu performanța obținută, fiind convinşi în timpul experimentului că „nu am vorbit serios“ şi că, în niciun caz, nu este vorba de câştigarea unor bani reali.

Această reacție neaşteptată din partea subiecților, care nu a existat în eşantionul grupul olandez (în primul experiment), exprimă probabil lipsa „culturii experimentului“ şi, mai ales, ineditul practicii ca subiecții să fie plătiți pentru participarea la o cercetare experimentală, în spațiul românesc. Nu acelaşi lucru se poate spune despre studenții olandezi care ştiau de la început că orice participare într-un astfel de experiment poate

ca fiind mai interesantă şi au fost mai concentraţi în timpul sarcinii, comparativ cu studenţii români.

Deşi sarcina în sine a fost uşor diferită (*trust game* şi respectiv *dictator game*) consider că există doi factori potenţiali care pot explica aceste diferenţe: (1) lipsa de experienţă a studenţilor români, ca subiecţi în cercetările experimentale; (2) faptul că studenţii olandezi au acţionat fiind convinşi că vor fi remuneraţi pentru performanţele lor şi pentru participarea la experiment, în timp ce studenţii români (chiar cei din condiţia experimentală cu stimulare financiară) nu au crezut că vor primi bani reali. Cu toate acestea, acurateţea individuală a subiecţilor din grupul studenţilor români (valorile *Phi*) a fost superioară acurateţii individuale a subiecţilor din grupul studenţilor olandezi.

Desigur, cele două grupuri experimentale au făcut alegeri în situaţii dilematice diferite, dar rezultatele prezentate mai sus şi mai ales rolul „credinţei în intuiţie“ în explicarea validităţii persoanelor stimul, ne îndreptăţesc să credem că studenţii români „s-au bazat mai mult pe intuiţie“ în evaluările realizate, au resimţit mai puţin miza răspunsurilor corecte (câştigarea unei sume de bani), au fost mai puţin concentraţi şi „s-au lăsat în voia primelor impresii“. Aceste rezultate, la care se adaugă faptul că studenţii români nu au crezut că vor primi banii pentru performanţele obţinute, conduc la posibile implicaţii negative (şi nu pozitive cum mă aşteptam) ale stimulării financiare asupra validităţii estimărilor persoanelor stimul: anticiparea unei recompense financiare creşte nivelul de concentrare şi interes faţă de sarcină, reevaluează miza acesteia, dar poate avea implicaţii negative asupra performanţelor obţinute, forţând practic indivizii să abandoneze intuiţia în favoarea cogniţiei şi să apeleze la scheme mentale. Până la dezvoltarea unor modele coerente privind rolul stimulării financiare în cercetarea experimentală psihosociologică, aceste rezultate conturează ipoteze legate de rolul recompenselor financiare în paradigma experimentală de tip *thin slices*.

Când a trebuit să estimez compor-tamentul persoanelor stimul am fost foarte motivat/motivată să fac acest lucru cât mai corect posibil.	DA	5,45	1,572	0,255
	NU	5,98	1,364	0,191
Ca să fiu sincer/ sinceră nu am pus prea mare efort în estimarea compor tamentului persoanelor stimul.	DA	5,97	1, 479	0,240
	NU	6,08	1,534	0,215
Mi-a plăcut foarte mult această sarcină de a estima comportamentul persoanelor stimul.	DA	5,21	1,833	0,297
	NU	5,61	1,550	0,217
Încercarea de a estima comportamentul persoanelor stimul a fost foarte interesantă pentru mine	DA	3,11	1,997	0,324
	NU	2,75	2,028	0,284
Am fost foarte concentrat/ concentrată în timpul sarcinii de a estima comportamentul persoanelor stimul.	DA	2,42	1,825	0,296
	NU	2,35	1,442	0,202

Dacă analizăm datele din Tabelul 5.23 comparativ cu cele obținute în experimentul 1 (Tabelul 5.19), observăm că studenții olandezi au depus mai mult efort în estimarea comportamentului persoanelor stimul, au considerat sarcina

iraționale de ajutorarea celuilalt care se pot explica printr-o „rațiune a sentimentelor“ (pentru a folosi metafora lucrării lui Robert H. Frank).

Am pus în evidență eroarea onestității, aducând dovezi în sprijinul primei ipoteze de cercetare, aceea că indivizii tind să subestimeze comportamentul prosocial al celorlalți, dar în mai mare măsură când au de-a face cu „alții concreți“ decât atunci când au de-a face cu „alții abstracți“. Efectul *holier than thou* „lucrează“ în defavoarea subiecților – îi face puțin încrezători în alții, ceea ce reduce simțitor eventualele profituri care ar putea rezulta în situații ce reclamă reciprocitate. Eroarea onestității este mai mare în grupul „egoiștilor“ decât în cel al „altruiștilor“, ceea ce înseamnă că primii sunt dezavantajați în relațiile sociale și pentru că au dificultăți mai mari de a evalua comportamentul celorlalți, într-o situație ce reclamă încredere reciprocă și tind în mai mare măsură să creadă că ceilalți sunt „egoiști“.

În primul experiment, 63,6% dintre subiecți au ales să-și asume riscul, oferind banii unei persoane necunoscute B, de ale cărei alegeri depindeau profiturile lor. Am argumentat că „asumarea riscului“ este, în societatea contemporană, o trăsătură valorizată pozitiv, cei care au ales un comportament prudent, atribuind alegerile în mai mică măsură personalității și caracterului propriu, decât au făcut-o cei cu alegeri riscante. În aceste condiții, cei prudenți pierd în interacțiuni care reclamă asumarea riscului, pentru că, așa cum am arătat aici, subestimează comportamentul de asumare a riscului al celorlalți participanți.

Am demonstrat că subiecții sub capabili să estimeze comportamentul prosocial al altora concreți, într-o situație de expunere limitată la aceștia, confirmând validitatea paradigmei *thin slices*. Acuratețea subiecților a fost semnificativă doar la nivel de grup (pentru primul experiment) și atât la nivel de grup cât și la nivelul unor participanți, în cel de al doilea experiment. Rezultatele obținute în primul experiment nu răspund criticilor formulate de cognitiviști, care contestă validitatea paradigmei experimentale *thin slices*, pentru că, într-adevăr sunt semnificative numai pentru situația de agregare a datelor.

Discuție şi concluziile celor două experimente

Rezultatele susțin modelul propus de Robert H. Frank (1988), conform căruia emoțiile ne angajează în performarea unor comportamente care pot fi contrare intereselor noastre individuale, iar cineva poate avea un comportament prosocial pentru că „s-ar *simți* rău altfel“. În primul experiment, unde am folosit un joc cu control bilateral, subiecții au ales, în proporție de 81,8%, să împartă banii în mod egal cu o persoană pe care nu o cunoşteau şi nici nu ajungeau să o cunoască, doar fiindcă aceasta avusese, la rândul său, încredere şi le încredințase o sumă de bani (cinci Euro), prin intermediul experimentatorului. Un comportament similar a fost adoptat de majoritatea (62,9%) participanților în cel de al doilea experiment, unde am folosit un joc cu control unilateral (*dictator game*), cei mai mulți alegând să împartă banii de la experimentator în mod egal cu o persoană B pe care nu o cunoşteau, nu aveau să o întâlnească şi nu depindeau în niciun fel de acțiunile acesteia. Surprinzător, subiecții aleg o logică a sentimentelor în detrimentul celei economice sau de tip competitiv (maximizarea profitului relativ la ceilalți), chiar şi atunci când nu este vorba de o situație de interdependență, ci una dominată în principal de alegerile unuia dintre cei doi actori sociali implicați, fapt ce constituie un argument solid în favoarea rolului aspectelor afective în emergența comportamentelor prosociale şi împotriva viziunii socio-biologice care estimează o scădere a comportamentelor altruiste odată cu evoluția speciei umane.

Norma reciprocității este încă o normă influentă în societatea contemporană, aspect susținut inclusiv de apariția efectului egocentric la subiecții care au ales să împartă banii în mod egal, respectiv la cei care au avut un comportament egoist: primii au tins să atribuie alegerile personalității şi caracterul lor, ceilalți – aspectelor situaționale. Am încercat în acest capitol să argumentez că paradigma alegerilor raționale (cost-beneficiu) şi cea a empatiei nu se exclud în explicarea comportamentelor prosociale şi că există comportamente

nu apelul acestora la intuiție, cum crezusem inițial. Poate că relația testului PONS cu modul de procesare a informațiilor se defineşte astfel numai pentru canalul vizual, iar decodificarea itemilor specifici canalului auditiv se bazează mai mult pe intuiția receptorului. Cercetări ulterioare vor arătat dacă aşa stau lucrurile.

În sfârşit, am pornit de la ideea lipsei unor teorii coerente în domeniul psihologiei sociale privind rolul stimulării financiare în cercetarea experimentală. Am considerat că va exista o legătură între stimularea financiară a participanților şi performanțele obținute în decodificarea persoanelor stimul. Nu am reuşit să confirm această ipoteză pentru niciunul dintre cele două experimente. Am menționat însă posibile explicații: (1) situația experimentală creeată, în primul experiment, unde consider că variabila „stimulare financiară“ nu a discriminat între grupul experimental şi cel de control şi (2) elemente imprevizibile ale contextului în care s-a desfăşurat cel de al doilea experiment, respectiv faptul că studenții români nu au avut încredere că vor fi remunerați, pentru că nu erau obişnuiți cu o astfel de practică. În lipsa unor date suplimentare care să confirme impactul negativ sau pozitiv al stimulării financiare asupra performanțelor subiecților în cercetări care utilizează paradigma *thin slices*, problema rămâne deschisă.

Totuşi, datorită rolului intuiției, pe care l-am subliniat aici, consider că pentru sarcinile care reclamă procesarea informațiilor pe ruta periferică, stimularea financiară este inhibitorie, pentru că sporeşte concentrarea subiectului şi „îl obligă“ să schimbe abordarea informațiilor pe ruta centrală, în timp ce pentru sarcinile care reclamă procesarea informațiilor pe ruta centrală, stimularea financiară are efect facilitator. Adepții acestei distincții între ruta centrală şi cea periferică (R.E. Petty şi J.T. Cacioppo, 1986), cunoscută în literatura de specialitate ca „modelul probabilității de elaborare“ (*Elaboration Likelihood Model*, ELM) sunt de părere că persoanele foarte implicate, motivate şi cele cu gândire analitică sunt cele care tind să proceseze informațiile pe ruta centrală. Dacă adoptăm acest punct de vedere, înseamnă că stimularea financiară şi,

Cum putem explica diferenţele rezultatelor obţinute în cele două experimente? Prin situaţia experimentală creată în experimentul 1, respectiv *dictator game* (joc cu control unilateral) nu am măsurat propriu-zis capacitatea subiecţilor de a prezice orientarea social valorică (de tip prosocial, egoist şi competitiv) a persoanelor stimul, ci am măsurat, mai degrabă, capacitatea acestora de a identifica „cine va fi de încredere". Probabil că situaţia în sine a presupus un efort cognitiv mai mare din partea participanţilor şi am arătat deja că la o astfel de sarcină importantă este „încrederea în intuiţie" şi nu „nevoia de cogniţie". În schimb, în experimentul 2, *trust game* (joc cu control bilateral) a constituit o situaţie mai simplă pentru subiecţi şi aici am distins clar între orientarea valorică de tip prosocial, egoist şi competitiv.

O altă posibilă explicaţie pentru diferenţele între rezultatele celor două experimente rezultă din interpretarea datelor: studenţii olandezi (din primul experiment) au depus mai mult efort în estimarea comportamentului persoanelor stimul, au considerat sarcina ca fiind mai interesantă şi au fost mai concentraţi în timpul sarcinii, comparativ cu studenţii români (din al doilea experiment), fapt care a dus la modalităţi diferite de tratare a informţiei, predominant pe „ruta cogniţiei" pentru unii şi pe „ruta intuiţiei", pentru alţii.

O concluzie importantă a experimentelor prezentate este aceea că „încrederea în intuiţie" (măsurată conform scalei REI) este o variabilă cheie în estimarea corectă a orientării social-valorice a persoanelor stimul: subiecţii au avut o acurateţe superioară în estimarea comportamentului persoanelor stimul, dacă s-au „lăsat în voia" intuiţiei, cu alte cuvinte dacă au interpretat informaţiile pe ruta periferică, afectivă şi nu pe ruta centrală.

Al doilea experiment a pus în evidenţă relaţia de invers proporţionalitate dintre „încrederea în intuiţie" şi scorurile obţinute la testul *Face and Body PONS*, aducând în discuţie faptul că un astfel de test presupune capacitatea subiecţilor de a opera rapid cu scheme mentale legate de prezenţa frecventă a unor elemente nonverbale în interacţiunile sociale şi

BIBLIOGRAFIE

Albright, L., Kenny, D.A şi Malloy, T.E. (1988). Consensus in personality judgments at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology,* 55, 3, 387–395.

Alicke, Mark D. (1985). Global self-evaluation as determined by the desirability and controllability of trait adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1621-1630.

Allison, Scott T., Messick, David M. şi Goethals, George R. (1989). On being better but not smarter than others: The Muhammad Ali effect. *Social Cognition*, 7, 275-296.

Allport, Gordon, Vernon, Philip E. şi Lindzey, Gardner. [1951](1960). *A Study of Values.* (ediția a III-a.). Boston: Houghton-Mifflin.

Altmann Stuart A. [1967](1982). *Social Communication Among Primates*. **Chicago: University of Chicago Press.**

Alutto, Joseph şi Hrebiniak, Lawrence (1970). The effective corporate executive. Analysis of a stereotype among university. *Public Opinion Quarterly*, 34, 4, 617-620.

Ambady, Nalini şi Rosenthal, Robert. (1992). Half a minute: predicting teacher evaluations from thin slices of nonverbal behavior and physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 3, 431-441.

Ambady, Nalini şi Rosenthal, Robert. (1993). Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, 2, 256-274.

Ambady, Nalini, Hallahan, Mark şi Rosenthal, Robert (1995). On judging and being judged accurately in zero–acquaintance situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 3, 518–529.

în general motivarea suplimentară a individului (inclusiv prin creşterea interesului pentru sarcina dată) are efecte negative asupra performanţei în sarcini de tipul celor prezentate aici, unde apelul la intuiţie este un factor determinant. Aşadar, consider că discutarea legăturii dintre stimularea financiară şi performanţele subiecţilor nu se poate realiza decât luând în considerare tipul sarcinii la care sunt supuşi subiecţii în cadrul experimentului şi tipului de procesare a informaţiilor pe care aceasta îl presupune.

Scala REI (Rational – Experiential Inventory) varianta scurtă, propusă de Seymour Epstein şi colaboratorii (1996), tradusă şi adaptată

1. Aproape întotdeauna primele impresii pe care mi le fac ceilalţi se dovedesc corecte.
2. Încerc să evit situaţiile în care trebuie să mă gândesc profund la ceva.
3. Când trebuie să am încredere în cineva, de obicei pot să mă bazez pe propria intuiţie.
4. Îmi plac lucrurile complicate mai degrabă decât cele simple.
5. Dau crezare sentimentelor iniţiale pe care le am faţă de oameni.
6. Nu-mi place să am multe lucruri la care să mă gândesc.
7. Consider că ar trebui să ne încredem în intuiţiile noastre.
8. Nu-mi place să mă gândesc mult şi intens la un anumit lucru.
9. Pot simţi dacă o persoană are dreptate sau nu, chiar şi atunci când nu pot explica **de ce.**
10. Prefer să fac lucruri care îmi solicită gândirea decât lucruri la care nu trebuie să gândeşti prea mult.

Babad, Elisha. (2005). Guessing teachers' differential treatment of high and low achievers from thin slices of their public lecturing behavior. *Journal of Nonverbal Behavior*, 29, 2, 125-134.

Babad, Elisha, Bernieri, Frank J. şi Rosenthal, Robert (1991). Students as judges of teachers' verbal and nonverbal behavior. *American Educational Research Journal*, 28, 211-234.

Bandura, Albert. (1997). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. În E.A. Locke (ed.). *The Blackwell Handbook of Principles of Organizationl Behaviour* (pp.120-137). Londra: Blackwell.

Baron, Robert A. şi Byrn, Donn R. (2006). *Social Psychology*. (ediția a XI-a) Massachusetts: Allyn and Bacon.

Baron, Reuben M. şi Boudreau, Louis A. (1987). An ecological perspective on integrating personality and social psychology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 1222-1228.

Batson, Daniel C. *et al*. (1988). Five studies testing two new egoistic alternatives to the empathy-altruism hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 52-77.

Batson, Daniel C. (1991). *The altruism question: Toward a Social-Psychological Answer*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Batson, Daniel C. (1992). *Experimental tests for the existence of altruism*. PSA: Proceedings of Biannual Meeting of the Philosophy of Science Association, 2, 69-78.

Bavelas, Janet Beavin (1994). Gestures as a part of speech: methodological implications. *Review of Language and Social Interaction*, 27, 201-221.

Baylon, Christian şi Mignon, Xavier. [1999](2000). *Comunicarea*. **Iaşi: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza".**

Bădescu, Ilie (1996). Seria sociologiei interacționiste. În I. Bădescu, D. Dungaciu şi R. Baltasiu.

Istoria sociologiei. Teorii contemporane **(pp. 300-379). Bucureşti: Editura Eminescu.**

Bădescu, Ilie (1996). Etnometodologia . În I. Bădescu, D. Dungaciu şi R. Baltasiu. *Istoria sociologiei. Teorii contemporane* **(pp. 448-508). Bucureşti: Editura Eminescu.**

Ambady, Nalini, Hallahan, Mark şi Conner, Brett. (1999). Accuracy of judgments of sexual orientation from thin slices of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 3, 538-57.

Ambady, Nalini, Bernieri, Frank J. şi Richeson, Jennifer A. (2000). Toward a histology of social behavior: Judgmental accuracy from thin slices of the behavioral stream. În M.P. Zanna (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol 32, pp. 201-271.

Ambady, Nalini, Krabbenfoft, Mary Anne şi Hogan, Daniel. (2006). The 30 sec scale: using thin slice judgments to evaluate sales effectiveness. *Journal of Consumer Psychology*, 16, 1, 4-13.

Anghel, Petre. (2003). *Stiluri şi metode de comunicare*. **Bucureşti: Editura Armis.**

Asch, Solomon (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.

Asch, Solomon. (1956). Studies of independence and conformity: a minority of one against an unanimous majority. *Psychological Monographs*, 70, 46, 1-70.

Archer, Dane, Akert, Robin şi Constanzo, Mark (1993). The accurate perception of nonverbal behavior: questions of theory and research design. În P. Blanck (ed.). *Interpersonal Expectations: Theory, Research and Application* (pp.242-260). Cambridge: Cambridge University Press

Argyle, Michael. (1967). *Psychology of Interpersonal Behavior*. Baltimore, Maryland: Penguin Books.

Argyle, Michael. (1975). *Bodily Communication*. New York: International Universities Press.

Argyle, Michael. (1990).The biological basis of rapport. *Psychological Inquiry*, 1, 4, 297-300.

Argyle, Michael. [1994] (1998). În S. Moscovici (coord.) *Psihologia socială a relațiilor cu celălalt* (pp.74-99). Iaşi: Editura Polirom.

Argyle, Michael şi Dean, Janet. (1995). Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, 28, 3, 284-304.

Aronson, Elliot, Wilson, Timothy D. şi Akert, Robin M. (1999). *Social Psychology*. Michigan: Ann Arbor.

Ilin şi C. Sulea. *Manual de psihologie socială aplicată* (pp. 41-73). Timişoara: Editura Universităţii de Vest.

Bremmer, Jan şi Roodenburg, Herman (eds.) [1991] (2000). *O istorie culturală a gesturilor*. Bucureşti: Editura Polimark.

Brown, Jonathon D. (1991). Self-serving attribution: the role of physiological Arousal.

Personality and Social Psychology Bulletin, 17, 5, 501-506.

Brown, Rupert. J. (1995). *Prejudice. Its Social Psychology.* Cambridge: Blackwell Publishers.

Brown, Stephen, L. (2005). Relationships between risk-taking behavior and subsequent risk perceptions. *British Journal of Psychology*, 96, 115-164.

Bruner, J.S şi Tagiuri, R. (1954). The perception of people. În L. Gardner (ed.). *Handbook of Social Psychology* (pp.634-654). Cambridge: Addison Wesley.

Bugental, Daphne B., Blue, Jay, Cortez, Victoria, Fleck, Karen şi Rodriguez, Alina. (1992). Influences of witnessed affect on information processing in children. *Child Development*, 63, 4, 774-786.

Bull, Peter. (2001). *Communication Under The Microscope*. Londra: Routledge.

Burgoon, Judee K., Buller, David B. şi Woodall, Gill W. [1989](1996). *Nonverbal Communication. The Unspoken Dialogue*. New York: Mc Grill-Hill.

Burgoon, K. Judee, Stern, A. Lesa şi Dillman, Leesa. (1995). *Interpersonal Adaptation: Dyadic Interaction Patterns.* **New York: Cambridge University Press.**

Burnstein, E., Crandall, C. şi Kitayama, S. (1994). An evolved heuristic for altruism: evidence for a human propensity to calculate inclusive fitness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 773-789.

Cacioppo, John T. şi Petty, Richard E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology***. 42, 116-131.**

Camerer, Colin F. (1995). Individual decision making. În J.H. Kagel şi A.E. Roth (eds.). *The Handbook of Experimental Economics.* Princeton: Princeton University Press.

Beck, Andrew. (2001). *Communication studies: An Essential Introduction*. **Florence, KY, SUA: Routledge.**

Berlo, David K. [1960](1988). *The Process of Communication. An Introduction to Theory and Practice*. **New York: Holt, Rinehart and Winston.**

Berlo, David, K. Lemert, B. James şi Mertz, J. Robert. (1969). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*, **33, 4, 563-576.**

Bernieri, Frank J. (1991). Interpersonal sensitivity in teaching interactions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 98-103.

Bernieri, Frank J. şi Gillis, J.S. (1995). Personality correlates of accuracy in a social perception task. *Perceptual and Motor Skills*, 81, 168-170.

Bernieri, Frank J. , Gillis, J.S., Davis, J.M. şi Grahe, J.E. (1996). Dyad rapport and the accuracy of its judgment across situations: A lens model analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 110-129.

Berscheid, Ellen şi Walster, H. Elaine. [1969](1981). *Interpersonal Attraction*. **Massachusetts: Addison-Wesley.**

Birdwhistell, Ray L. (1970). *Kinesics and Context.* **Philadelphia: University of Pennsylvania Press.**

Birdwhistell, Ray L. (1971). Communication: a continuous multichannel process. În E.F.

Beckenbach şi Ch. Brown Tompkins: *Concepts of Cmmunication: Interpersonal, Intrapersonal and Mathematical*. **New York: John Wiley.**

Blau, Peter M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. **New York: John Wiley.**

Blumer, Herbert. [1969](1998). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press.

Bogucka, Maria. [1991] (2000). Gesturi, ritualuri şi ordinea socială în Polonia. În J. Bremmer şi H. Roodenburg (eds.). *O istorie culturală a gesturilor (*pp.173-189). Bucureşti: Editura Polimark

Boncu, Ştefan. (2007). Psihologia socială aplicată în domeniul sănătății mintale. În Şt. Boncu, C.

Chelcea, Septimiu. (2007). Emoțiile în viața socială. Rușinea și vinovăția în spațiul public postcomunist din România. *Sociologie Românească*, 1, 5, 24-44.

Chelcea, Septimiu și Chelcea, Adina. (1983). *Eu, tu, noi. Viața psihică – ipoteze, certitudini*. **București: Editura Albatros.**

Chelcea, Septimiu și Chelcea, Adina. (1990). *Din universul autocunoașterii*. **București: Editura Militară.**

Chelcea, Septimiu și Chelcea, Adina. (2004). Mcdonaldizarea comunicării nonverbale. În S. Chelcea (coord.) *Comunicarea nonverbală în spațiul public* (pp.17-33). București: Editura Tritonic.

Chelcea, Septimiu și Iluț, Petru (2003). *Enciclopedie de psihosociologie* (pp.322-325). București: Editura Economică.

Chelcea, Septimiu, Radu, Lucian și Ciupercă, Cristian. (1999). O tehnică psihosociologică de manipulare comportamentală: profeția autorealizatoare implicită. *Psihologie socială*, 3, 25-36.

Chelcea, Septimiu, Lungu, Ovidiu, Lucian, Radu și Vlăduț, Mihaela (1999). Reprezentarea mintală a self-ului și a altora. Efectul Muhamad Ali în România. Particularități ale tranziției. *Sociologie Românească*, 4, 24-32.

Chelcea, Septimiu și Zodieru, Alexandru. (2005). Anchetele și sondajele de opinie publică despre sexualitate. Hărțuirea sexuală și relațiile sexuale la locul de muncă. În S. Chelcea și G. Jderu (coord.). *Refracția sociologică și reflexia jurnalistică* (pp. 53-75). București: Editura Economică.

Cherry, Colin. [1971](1978). *World Communication. Threat or Promise? A Socio-Technical Approach*. New York: John Wiley.

Chilcott, John. (1961). The school-teacher stereotype. A new look! *Journal of Educational Sociology*, **34, 9, 389-390.**

Cialdini, Robert B. [1984](2004). *Psihologia persuasiunii*. București: Editura Businesstech.

Cohen, A.A.(1977). The communicative function of hand gestures. *Journal of Communication*, 27, 54-63

Coleman, James S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Massachusetts and London: The Belknap Press, Harvard University Press.

Camerer, Colin F. şi Thaler, Richard H. (1995). Ultimatums, dictators and manners. *Journal of Economic Perspectives*, 9, 200-219.

Camras, Linda. A. (1992). A dynamic systems perspective on expressive development. În K.T. Strongman (ed.): *International Review of Studies on Emotion* (pp.16-28). New York: John Wiley.

Capella, Joseph N. (1990). On defining conversational coordination and rapport. *Psychological Inquiry*, **1, 4, 303-305.**

Capella, Joseph N. (1997). Behavioral and judged coordination in adult informal social interactions. Vocal and kinesic indicators. *Journal of Personality and Social Psychology*, **72, 1, 119-131.**

Carney, Dana R., Hall, Judith A. şi Smith LeBeau, Lavonia (2005). Beliefs about nonverbal expression of social power. *Journal of Nonverbal Behavior*, 29, 2, 105-123.

Chelcea, Septimiu. (1988). Ochii şi privirea. În S. Chelcea. *Lungul drum spre tine însuţi*. Bucureşti: Editura Minerva.

Chelcea, Septimiu. (1994). *Personalitate şi societate în tranziţie*. Bucureşti: Editura Ştiinţă & Tehnică.

Chelcea, Septimiu. [2001] (2007). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative şi calitative* **(ediţia a III –a). Bucureşti: Editura Economică.**

Chelcea, Septimiu. (2002).*Un secol de cercetări psihosociologice*. Iaşi: Editura Polirom.

Chelcea , Septimiu. (2002). *Opinia publică. Gândesc masele despre ce şi cum vor elitele?* Bucureşti: Editura Economică.

Chelcea, Septimiu. (2005). Comunicarea nonverbală: istoric, structură, forme, funcţii şi disfuncţii. În S. Chelcea, L. Ivan, şi A. Chelcea. *Comunicarea nonverbală: gesturile şi postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns* (pp.1-41). Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Chelcea, Septimiu.(2006). *Opinia Publică. Strategii de persuasiune şi manipulare.*

Bucureşti: Editura Economică.

Drăgan, Ioan. (1996). *Paradigme ale comunicării de masă*. Bucureşti: Editura „Şansa".

Dreker, Wayne. (1986). Occupational and impressions: stereotypes of males and females in three professions. *Social Behavior and Personality*, 14, 1, 69-75.

Drozda-Senkowska, Ewa. [1999](2000). *Psihologie socială experimentală*. Iaşi: Editura Polirom.

Ducrot, Oswald şi Schaeffer, Jean-Marie [1975](1996). *Noul dicţionar enciclopedic al ştiinţelor limbajului*. Bucureşti: Editura Babel.

Eibl-Eibesfeldt, Irinäus. [1984](1995). *Agresivitatea umană. Studiu etologic*. Bucureşti: Editura Trei.

Eisenberg, R. şi Cameron, J. (1996). Detrimental effect of reward: reality or myth? *American Psychologist*, 51, 1153-1166.

Ekman Paul. (1993). Facial expression and emotion. *American Psychologist,* 48, 4, 376-379.

Ekman, Paul. (1996). Why don't we catch liars? *Social Research*, 63, 3, 801-817.

Ekman, Paul. (1997). Should we call it expression or communication? *Innovation in Social Science Research*, 10**,** 4**,** 333-344.

Ekman, Paul. (1997). Lying and deception. În N.L. Stein *et al. Memory for Everyday Emotional Events* **(pp. 333-348). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.**

Ekman Paul şi Friesen, Wallace V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: categories, origins, usage and coding. *Semiotica*, 1, 49-98.

Ekman, Paul, Friesen, V. Wallace (1975). *Unmasking the Face. A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Ekman, Paul şi O'Sullivan, Maureen. (1991). Who can catch a liar? *American Psychologist***, 46, 9, 913-920.**

Ekman, Paul, Friesen, Wallace V. şi Harger, Joseph C. (2002). *Facial Action Coding System.*

Salt Lake City: A Human Face. Online: http://face-and-emotion.com.

Collett, Peter.[2003](2005). *Cartea gesturilor*. **Bucureşti: Editura Trei.**

Corraze, Jaques. [1980](2000). *Les communications nonverbales*. **Paris: PUF.**

Coman, Claudiu şi Şelaru, Vasile. (2005). *Comunicarea între informare şi manipulare*. **Bucureşti: Editura CH Beck.**

Cottrell, Nicholas B. (1972). Social facilitation. În C.G. McClintock (ed.). *Experimental Social Psychology* (185-236). New York: Academic Press.

Cunningham, W.A., Preacher, K.J. şi Banaji M.R. (2001). Implicit attitudes measures.

Consistency, stability, and convergent validity. *Psychological Science*, 12, 163-170.

Dabbs, James M. *et al.* (2003). Testosterone treatment, affect, and appearance: slight effects in normal subjects. *Social Behavior and Personality*, 31, 4, 387-394.

Darwin, Charles. [1872](1967). Expresia emoţiilor la om şi animale. Despre instinct. Bucureşti: Editura Academiei RSR. (*The expression of emotions in man and animals*. New York: Appleton. Trad. Rom. E. Margulius).

DeFleur, Melvin L., Ball-Rocheach, Sandra. [1989](1999). *Teorii ale comunicării de masă*. Iaşi: Ediura Polirom.

De Vito, Joseph. (1987). *Human Communication*. New York: Cambridge.

Dinu, Mihai.(2000). *Comunicarea*. Bucureşti: Editura Algos.

Dobrescu, Emilian M. (1998). *Sociologia comunicării*. Bucureşti: Editura Victor.

Dobrescu, Paul şi Bârgăoanu, Alina.(2003[a]). Şcoala de la Chicago. *Sociologie Românească*, 1, 1-2, 58-83.

Dobrescu, Paul şi Bârgăoanu, Alina.(2003[b]). Interacţionismul simbolic. *Sociologie Românească*, 1, 3, 54-69.

Dobrescu, Paul şi Bârgăoanu, Alina.(2003[c]). *Mass-media şi societatea*. Bucureşti: Editura comunicare.ro

Drăgan, Ioan. (1980). *Opinia publică, comunicare şi propagandă în societatea contemporană*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Frank, Robert H. (1988). *Passions within Reason*. Ontario: Penguin Books Canada.

Fuchs, D. şi Thelen, M.H. (1988). Children's expected interpersonal consequences of communicating their affective state and reported likelihood of expression. *Child Development***, 59, 1314-1322.**

Garfinkel, Harold. (1967). *Studies in Ethnomethodology.* Englewood Cliffs: NJ. Prentice-Hall.

Garfinkel, Harold. (1996). Ethnomethodology's program. *Social Psychology Quarterly*, 59, 1, 5-21.

Geană, Gheorghiță. (1993). Structura socială. În C. Zamfir şi L. Vlăsceanu. *Dicționar de sociologie* (pp.623-627). Bucureşti: Babel.

Gerbner, George. (1969). Toward "cultural indicators". The analysis of mass-mediated message system. *Communication Review*, 17, 2, 137-148.

Gilles, Amado şi Guittet, Andre. (1997) [1975]. *Dynamique des communications dans les groupes*. Paris: Armand Colin.

Gillespie, Dair L. şi Lefler, Ann (1983). Theories of nonverbal behavior: a critical review of proxemics research. *Sociological Theory*, 1, 124-154.

Goffman, Erving. [1959](2003). *Viața cotidiană ca spectacol*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Goffman, Erving. (1967). *Interaction Ritual*. New York: Doubleday.

Goffman, Erving. (1969). *Strategic Interaction*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Goffman, Erving. (1979). *Gender Advertisements*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Goleman, Daniel. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam (Trad. Rom: *Inteligența Emoțională*, *cheia succesului în viață.* Bucureşti: Editura ALL, 2005).

Hall, Edward (1959). *The Silent Language*. New York: Doubleday.

Hall, Edward [1969](1990). *The Hidden Dimension*. New York: Anchor Books Editions.

Hall, Judith A. (1978). Gender effects in decoding nonverbal cues. *Psychological Bulletin*, 85, 845-857.

Epley, Nick şi Dunning, David (2000). Feeling “holier than thou“: A self-serving assessments produced by errors in self – or social perception? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 6, 861-875.

Epstein, Seymour. (1990). Cognitive – experiential self-theory. În L. Pervin (ed.). *Handbook of Personality Theory and Research* (pp. 165-192). New York: Guilford Press.

Epstein, Seymour, Pacini, Rosemary Denes-Raj, Veronika şi Heir, Harriet (1996). Individual differences in intuitive-experiential and analytical-rational thinking styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 2, 390-405.

Eysenk, Michael W. (2004). *Psychology* (pp.628-790). New York: Prentice-Hall.

Festinger, Leon (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson.

Ferenczi, Sándor. (1960). *Further contributions to the theory and technique of psycho-analysis.* New York: Basic Books.

Fetchenhauer, Detlef şi Buunk, Bram P. (2003). *Why people underestimate others' prosociality – but overestimate others' willingness for retaliation?* – manuscris nepublicat.

Fisher, Jeffrey şi Byrne, Donn R. (1975). Too close for comfort: sex differences in response to invasions of personal space. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 1, 15–21.

Fiske, John. (1990). *Introduction to Communication studies.* **Londra: Routledge.**

Fiske, Susan T. [1954](1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. În D.G. Gilbert, S.T.

Fiske şi G. Lindsey (eds.). *The Handbook of Social Psychology* (a IV-a ediţie, pp. 357-411). New York: McGraw-Hill.

Fiske, Susan T. şi Taylor, Shelly E. [1984](1991). *Social Cognition* (ediţia a II -a). New York: McGraw-Hill.

Fiske, T. Susan şi Linville W. Patty. (1980). What does the schema concept buy us? *Personality and Social Psychology Bulletin*, **6, 543-557.**

Forsyth, D.R. (2001). Conflict în şi între grupuri. În P. de Visscher şi A. Neculau. *Dinamica grupurilor* **(pp. 222-251). Iaşi: Editura Polirom.**

Hubbard, J.A.şi Coie, J.D. (1994). Emotional determinants of social competence in children's peer relationships. *Merrill-Palmer Quarterly*, 40, 1-20.

Iluţ, Petru. (2000). *Iluzia localismului şi localizarea iluziei*. Iaşi: Editura Polirom.

Ivan, Loredana. (2006). Stereotipurile, discriminarea şi prejudecăţile. În S. Chelcea *(coord.)*, L. Ivan. G. Jderu şi A. Moldoveanu. *Psihosociologie. Teorie şi aplicaţii* (pp. 185-20). Bucureşti: Editura Economică.

Izard, Carol. (1971). *The Face of Emotion*. New York: Appleton.

Jakobson, Roman (1963). *Essais de linguistique générale.* Paris: Editions de Minuit.

Jakobson, Roman (1964). *Probleme de stilistică*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică.

Jderu, Gabriel (2004). Comunicarea nonverbală în perspectiva sociologiei dramaturgice. În S. Chelcea (coord.). *Comunicarea nonverbală în spaţiul public* (pp. 33-53) Bucureşti: Editura Tritonic.

Johnson, Allan G. [1995] (2007). *Dicţionarul Blackwell de Sociologie* (pp.346-349). Bucureşti: Editura Humanitas.

Jones Edward E. şi Davis, Keith E. (1965). From acts to dispositions: the attribution process in person perception. În L. Berkowitz (ed.) *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. II, pp. 219-266). New York: Academic Press.

Jones, Edward E. şi Nisbett, Richard (1972). The actor and the observer: divergent perceptions of the causes of behavior. În E.E. Jones, D.E. Knaouse, H.H. Kelley, R.E. Nisbett, S. Valins şi B Weiner (eds.). *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior.* Morristown, N.J.: General Learning Press.

Kahn, Arnold, McGaughey şi A. Timothy (1977). Distance and liking: when moving close produces increased liking. *Sociometry*, 40, 2, 138-144.

Kahneman, Daniel, Slovic, Paul şi Tversky, Amos (1982). *Judgment under uncertainty: heuristics and biases.* Cambridge şi New York: Cambridge University Press.

Hall, Judith A. (1984). *Non-verbal Sex Differences: Communication Accuracy and Expressive Style*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Hamilton, D.L., Katz, L.B. şi Leirer, V.O. (1980). Cognitive representation of personality impressions: Organizational processes in first impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1050-1063.

Harris, Bruce, E.R. Luginbuhl, şi Fishbein, E. Jill (1978). Density and personal space in a field setting. *Social Psychology,* 41, 350-353

Hartley, Peter. [1993](2001). *Interpersonal Communication*. Londra: Routledge.

Heath, L. Robert şi Bryant, Jennings. (2000). *Human communication. Theory and Research*. Mahwah: N. J. Lawrence Erlbaum.

Heider, Fritz. (1946). Attitudes and cognitive organization. *Journal of Psychology,* 21, 107-112.

Heider, Fritz. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: John Wiley.

Hertwig, Ralph şi Ortmann, Andreas (2001). Experimental practices in economics: a methodological challenge for psychologists? *Behavioral and Brain Sciences,* 24, 383-451.

Hofstede, Gert H. [1993] (1996). *Managementul structurilor culturale. Software-ul gândirii*. Bucureşti: Editura Economică (*Cutures and Organizations. Software of the Mind*. Londra: McGraw-Hill Book Company Europe. Trad. Rom. G. Ochiană).

Homans George C. (1961). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt.

Hornby, Nick. [1997](2005). *High Fidelity.* Iaşi: Editura Polirom.

Hornik, Jacobs şi Ellis, Shmuel. (1988). Strategies to secure compliance for a mall intercept interview. *Public Opinion Quarterly*, 52, 539-551.

Horswill, Mark S. şi McKenna, Frank P. (1999). The effect of interference on dynamic risk-taking judgments. *British Journal of Psychology*, 90, 189-199.

Political Economy (pp.90-143). Cambridge: Cambridge University Press

Krohn, Franklin B. (2004). A generational approach to using emoticons as nonverbal communication. *Journal of Technical Writing and Communication*, 34, 4, 321-328.

Kunda, Ziva. [1999] (2001). *Social Cognition. Making Sense of People*. Cambridge, Massachusettes: Bradford Book.

Larson, Charles U. [1963](2005). *Persuasiunea. Receptare şi responsabilitate*. Iaşi: Editura Polirom.

Lepper, Mark R. *et al*. (1973). Undetermining children's intrinsec interest with extrinsec reward: atest of the "over-justification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 129-137.

Lindenberg, Siegwart. (2001). Sociology of Groups. În *International Encyclopedia of The Social and Behavioral Sciences* (vol. 9, pp. 6434-6439). Oxford: Pergamon–Elsevier.

Lohisse, Jean. [2001](2002). *Comunicarea. De la transmiterea mecanică*. Iaşi: Editura Polirom.

Lorenz, Konrad [1963](2005): *Aşa-zisul rău. Despre istoria naturală a agresivității*. Bucureşti: Editura Humanitas.

Lorenz, Konrad [1973](2006): *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*. Bucureşti: Editura Humanitas.

Lyng, Stephen. (1990). Edgework: a social psychological analysis of voluntary risk taking. *The American Journal of Sociology*, 95, 4, 851-886.

Magnan, Renee E. şi Hinsz, Verlin B. (2005). Mood, gender, and situational influences on risk-taking advise for others. *Social Behavior And Personality*, 33, 1, 1-10.

Maisonneuve, Jean (1966). *Psychologie des affinities*. Paris: PUF.

Maisonneuve, Jean (1996). Relațiile interpersonale şi sociometria. În A. Neculau. *Psihologie socială. Aspecte contemporane* (pp. 164-179). Iaşi: Editura Polirom.

Manciur, Emilian. (2006). *Protocol instituțional*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Manoliu-Dabija, Anca. (2001). *Context şi interferențe în lectura activă*. Bucureşti: Editura Ştiință & Tehnică.

Kahneman, Daniel şi Tversky, Amos (eds.) (2000) *Choices, Values and Frames*. New York: Cambridge University Press.

Kaplan, Robert. (1978). Is beauty talent: Sex interaction in the attractiveness halo effect. *Sex Roles*, 4, 2, 195-204.

Keating, Caroline F. (1985).Gender and the physiognomy of dominance and atractiveness. *Social Psychology Quarterly*, 40, 1, 61-70.

Keating, Caroline F., Mayur, Allan şi Segall, Marshall. (1977). Facial gestures which influence the perception of status. *Sociometry*, 40*,* 4, 374-378.

Kelly, Harold H.(1972). Attribution in social interaction. În E.E. Jones *et al.(*eds.). *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior*. Morristown, NJ: General learning Press.

Kelman, Helbert C. (1958). Compliance, identification and internalization: three processes of attitudes change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.

Kemper, Theodore D. (1987). How many emotions are there? Wedding the social and anomic components. American Journal of Sociology, 93, 2, 263-289.

Kendon, Adam (1997). Gesture. *Annual Review of Anthropology*, 26, 109-128.

Kenny, David A. şi Kashy, Deborah A. (1994). Enhanced co-orientation in the perception of friends. A social relations analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1024-1033.

Kiyonari, Toko, Yahagishi, Toshio, Cook, Karen S. şi Cheshire, Coye. (2006). Does trust beget trustworthiness? Trust and trustworthiness in two games and two cultures: a research note. *Social Psychology Quarterly,* **69, 3, 270-283.**

Knapp, Mark L. şi Hall, Judith A. [1992](2005). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Belmond, CA: Wadsworth/Thomson Learning.

Knight, David J., Langmeyer, Daniel şi Lundgren David. (1973). Eye contact, distance and affiliation. The role of the observer bias. *Sociometry*, 36, 3, 390-401.

Kreps, David M. (1990). Corporate culture and economic theory. În J. Alt şi K. Shepsie (eds.). *Perspectives on Positive*

Möller, Jens şi Savyon, Karel (2003). Not very smart, thus moral: dimensional comparisons between academic self-concept and honesty. *Social Psychology of Education*, 6, 95-106.

Moldoveanu, Andreea (2006). Fenomenul atribuirii. În S. Chelcea (coord.), L. Ivan, G. Jderu şi A. Moldoveanu. *Psihosociologie. Teorie şi aplicații* (pp. 205-217). Bucureşti: Editura Economică.

Mueller, Ulrich şi Mazur, Allan. (1996). Facial dominance of west point cadets as a predictor of later military rank. *Social Forces*, 74, 3, 823-850.

Murphy, Nora A. (2005). Using thin slices for behavioral coding. *Journal of Nonverbal Behavior*, 29, 235-246.

Neculau, Adrian. (2000). Controlul contextului şi manipularea reprezentărilor sociale. *Psihologia Socială,* 5, 38-48.

Neculau, Adrian. (2004a). Contexte social, idéologie et practiques sociales. *Psihologia Socială,* 14, 151-172.

Neculau, Adrian. (2004b).Context social şi practici cotidiene – o rememorare. În A. Neculau (coord.). *Viața cotidiană în communism* (pp. 87-110). Iaşi: Editura Polirom.

Newcomb, M. Theodore. (1953). An approach to study comunicative acts. *Psychlogical Review*, 60, 393-404.

Nicolai, Tom, Yoncki, Eiko, Bchrens, Nils şi Kenn, Holger. (2006). *Exploring social context with wireless rope*. În R. Meersman, Z. Tari, P. Herrero *et al.* (eds.). *OTM Workshop 2006* (pp. 874-883). Berlin: Springer-Verlag. Online: http://wrp.auriga.wcarlab.de

Noelle Neumann, Elisabeth [1980](2004). *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelişul nostru social*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Nothomb, Amélie. [1999](2002). *Uimire şi cutremur.* Iaşi: Editura Polirom.

Ortony, Andrew şi Turner, Terence J. (1990). What's basic about basic emotions? *Psychological Review,* 97, 3, 315-331.

Parker, John şi Stanworth, Hillary. (2005). “Go for it!“ Towards a critical realist approach to voluntary risk-taking. *Health, Risk & Society*, 7, 4, 319-336.

Marcus, Stroe. (1997). *Empatie şi personalitate*. Bucureşti: Editura Atos.

Massey, Douglas S. (2002). A brief history of human society: the origin and role of emotion in social life: 2001 presidential address. *American Sociological Review*, 67, 1, 1-29.

Mazur, Allan, Rosa, Eugene *et al.* (1980). Eye-contact: psychological aspect of communication via mutual gaze. *Journal of Sociology*, 86, 1, 50-74.

Mărginean, Ioan. (1989). Analiza sociologică a structurii sociale. *Viitorul social,* ianuarie-februarie, 1-11.

McGill, Kenneth. (1931). The schoolteacher stereotype. *Journal of Educational Sociology*, 4, 642-650.

McQuail, Dennis. [1984](1999). *Comunicarea*. Iaşi: Editura Institutul European.

McQuail, Dennis şi Windahl, Swen.[1982](2001). *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Mead, George Herbert [1934](1967). *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: Chicago University Press.

Mehrabian, Albert şi Diamond, Shirley G. (1971). Setting arrangement and conversation. *Sociometry*, 34, 2, 281-289.

Merton, Robert K. [1948](1968). *The Social Theory and Social Structure* **(pp. 475-493) Londra şi New York: The Free Press.**

Messick, D.M., Bloom, S., Boldizar, J.P. şi Samuelson, C.D. (1985). Why we are fairer than others. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 480-500.

Mihăilescu, Ioan. (2003). *Sociologie generală. Concepte fundamentale şi studii de caz*. Iaşi: Editura Polirom.

Milca, Mihai. (1981). *Propaganda politică*. Bucureşti: Editura Politică.

Miller, Dale T. şi Ross, Michael. (1975). Self-serving biases in the attribution of causality: fact or fiction? *Psychological Bulletin*, 82, 213-225.

Morris,Desmond. [1967](1991). *Maimuța goală*. Bucureşti: Editura Enciclopedică.

Rosenthal, Robert şi Jacobson, Leonore. [1968](1992). *Pygmalion in the Classroom. Teacher Expectations and Student Intellectual Development*. New York: Irvington.

Rosenthal, Robert, Hall, Judith A., DiMateo, M. Robin, Rogers, L. Peter şi Archer, Dane (1979). *Sensitivity to Nonverbal Communication. The PONS Test.* Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press.

Rovenţa-Frumuşani, Daniela. (1999). *Semiotică, societate, cultură*. Iaşi: Editura Institutul European.

Rushton, Philippe J. (1989). Genetic similarities, human altruism and group selection. *Behavioral and Brain Sciences*, 12 , 503-559.

Russell, A. James (1995). Facial expression of emotion: what lies beyond minimal universality. *Psychological Bulletin*, 118, 3, 379-391.

Saarni, Carolyn. (1999). *The Development of Emotional Competence*. New York: The Guilford Press.

Sacks, Harvey, Schegloff, A. Emanuel şi Jefferson, Gail. (1974). A simple systematic for the organization of turn-taking for conversation, *Language*, 50, 696-735.

Schramm, Wilbur. (1997). *The Beginnings of Communication Study in America. A Personal Memoir* (eds. Steven H. Chafee şi Everett M. Rogers). Thousands Oaks, CA: Sage Publications.

Scheflen, E. Albert. (1973). *Stream and Structure of Communication Behavior: Context Analysis of a Psychotherapy Session*. Bloomington: Indiana University Press.

Schiffenbauer, Alen, Schiavo, Steven R. (1976). Physical distance and attraction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, 274-282.Schmitt, Jean-Claude. [1990](1998). Raţiunea gesturilor. Bucureşti: Editura Meridiane.

Sfez, Lucien [1988](2002). *O critică a comunicării* (ediţia a II-a). Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Smith, Adam. [1759](1963). *The Theory of Moral Sentiments*. New York: The World Publishing Company, Meridian Books.

Singer, M.S. (1986). Age stereotypes as a function of profession. *The Journal of Social Psychology*, 126 , 691-692.

Patterson, Miles L. (1983). *Nonverbal Behavior. A Functional Perspective*. New York: Springer.

Philippot, Pierre, Feldman, Robert S. şi Coats, Erik J. (1999). *The Social Context of Nonverbal Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press şi Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

Pietrenu, Marica. (1984). *Salutul în limba română. Studiu sociolingvistic*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică.

Pittman, Frank. (1994). *Man Enough: Fathers, Sons and the Search for Masculinity*. New York: Perigee Book.

Pârvu, Ilie. (2000). *Filosofia comunicării*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Prickett, T., Gada-Jain, N. şi Bernieri, F.J. (1999). *First Impression Formation in a Job Interview. The First 20 Seconds.* University of Toledo (manuscris nepublicat).

Rabow, Jerome şi Fowler, Floyd J. *et al.* (1966). The role of social norms and leadership in risk-taking. *Sociometry*, 29, 1, 16-27.

Ramsey, Jennifer L. şi Langlois, Judith A. (2002). Effects of the "beauty is good" stereotype on children's information processing. *Journal of Experimental Child Psychology*, 81, 320-340.

Razumnikova, Olga. (2005). The interaction between gender stereotype and the life values as factors in the choice of profession. *Russian Educational and Society*, 47, 12, 21-33.

Richeson, Jeniffer N. şi Shelton, Nicole J. (2005). Thin slices of racial bias. *Journal of Nonverbal Behavior*, 29, 75-86.

Ritzer, George. [2000](2003). *Mcdonaldizarea societăţii*. Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Ritzer, George, Gindoff, Pamela. (1992). Methodological relationism: lessons for and from social psychology. *Social Psychology Quarterly*, 55, 2, 128-140.

Roco, Mihaela. (2001). *Creativitate şi inteligenţă emoţională*. Iaşi: Editura Polirom.

Rosenthal, Robert. (1971). Teacher expectations and their effect upon children. În G.S. Lesser (ed.). *Psychology and Educational Practice* (pp.64-87). Glenview: Scott Foresman.

Van Lange, Paul A. şi Sedikides, Constantine (1998). Being more honest but not necessarily more intelligent than others: generality and explanations for the Muhamad Ali Effect. *European Journal of Social Psychology*, 28, 675-680.

Vlăsceanu, Lazăr. (2003). Erving Goffman şi dramaturgia socială. În E. Goffman. *Viața cotidiană ca spectacol.* (pp. 7-21). Bucureşti: Editura comunicare.ro.

Von Cranach, Mario, Vine, I. (eds.) [1973](1997). *Social Communication and Movement*. Londra: Academic Press.

Wagner, Hugh şi Lee, Victoria. (1999*)*. Facial behavior alone and in the presence of otheres. În. P. Philippot, R.S. Feldman şi E.J. Coats (1999). *The Social Context of Nonverbal Behavior* (pp. 262-286). Cambridge: Cambridge University Press şi Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

Westely, H. Bruce, MacLean şi S. Malcom. (1957). A conceptual model for communication research. *Jurnalism Quarterly*, 34, 31-38.

Walden, Tedra A. şi Field, Tiffany M. (1990). Preschool children's social competence and the production and discrimination of affective expressions. *British Journal of Developmental Psychology*, 8, 65-76.

Wallach, Michael A., Kogan, Nathan şi Burt, Roger B. (1967). Group risk taking and field dependence-independence of group members. *Sociometry*, 30, 4, 323-338.

Walster, Ellen, Berscheid Hatfield, Elaine.(1969). *Interpersonal attraction*. New York: Addison-Wesley.

Whitley, Edgar A. (1997). In cyberspace all they see is your words. A review of the relationship between body, behavior and identity drawn from the sociology of knowledge. *Information, Technology & People*. 10, 2, 147-163.

Whittock, Margaret şi Leonard, Laurence (2003). Stepping outside the stereotype. A pilot study of the motivation and experiences of males in the nursing profession. *Journal of Nursing Management***, 11, 242-249.**

Wilson, Edward O. [1975](2003). *Sociobiologia*. Bucureşti: Editura Trei.

Wieviorka, Michel. [1991] (1994). *Spațiul rasismului*. Bucureşti: Editura Humanitas.

Simpson, Brent, Irwin, Kyle şi Lawrence, Peter. (2006). Does a "norm of self-interest" discourage prosocial behavior. Rationality and quid pro quo in charitable giving. *Social Psychology Quarterly*, 69, 3, 296-306.

Short, James. (1984). The social fabric of risk: toward the social transformation of risk analysis. *American Sociological Review*, 49, 711-725.

Slama-Cazacu, Tatiana. (1959). *Limbaj şi context. Problema limbajului în concepţia exprimării şi a interpretării prin organizări contextuale*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică.

Slama-Cazacu, Tatiana. (1968). *Introducere în psiholingistică*. Bucureşti: Editura Ştiinţifică.

Sommer, Robert. (1967). Classroom ecology. *Journal of Applied Behavioral Science*, 3, 489-503.

Stanton, Nicky. *Comunicarea*. (1995). Bucureşti: Editura Ştiinţă şi Tehnică.

Stănculescu, Elena. (2003). *Stereotipurile şi vârsta*. Bucureşti: Editura Credis.

Ten Have, Paul. (2004). *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*. Londra: Sage Publications.

Tomkins, Silvan. (1982). Affect theory. În P. Ekman (ed.). *Emotion in the Human Face* (ediţia a II-a, pp. 353-395). Cambridge: Cambridge University Press.

Tversky, Amos şi Kahneman, Daniel (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.

Van Lange, Paul A. (1991). Being better but not smarter than others: the Muhamad Ali effect at work in interpersonal situations. *Personality and Social Psychology*, 689-693

Van Lange, Paul A. şi Kuhlman, D.M. (1994). Social value orientations and impressions of partner's honesty and intelligence: a test of the might versus morality effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1, 126-141

Van Lange, Paul A., De Bruin, Ellen, Otten, Wilma, şi Joireman, A. Jeffrey. (1997). Development of prosocial, individualistic, and competitive orientations: theory and preliminary evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 733-737.

Zajonc, Robert. (1982). On the primacy of affect. *American Psychologist*, 39, 111-123

Zamfir, Elena. (1997). *Psihologie socială. Texte alese.* Iaşi: Editura Ankarom.

Zamfir, Elena. (2005). *Psihologie socială aplicată. Suport de curs*. Universitatea din Bucureşti: Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială.

Zamfir, Elena. (2007). *Tendinţe actuale în psihosociologia conflictului şi negocierii în organizaţii*. Conferinţă – dezbatere organizată la Facultatea de Sociologie şi Asistenţă Socială, Universitatea din Bucureşti, FORMETIC şi HOPVITAL 26 octombrie.

Zamfir, Cătălin. (2005). *Incertitudinea. O perspectivă psihosociologică.* Bucureşti: Editura Economică.

Zimbardo, Philip. (2007). *The Lucifer Effect. Understanding how Good People Turn Evil.* New York: Random House.

Zinkhan, George M. şi Karande, Kiran W. (1990). Cultural and gender differences in risk-taking behavior among American and Spanish decision makers. *The Journal of Social Psychology*, 131, 5, 741-742.